



Implementación y Desarrollo Plan de negocio – Proyecto Productivo

Emprendimiento Typicos SantArepa como opción de Grado

Efrain Peinado Garzón - ID 720421

Fredy Alejandro Quinche Clavijo - ID 129656

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Cundinamarca

Sede Soacha (Cundinamarca)

Programa Administración Financiera

agosto de 2022

Implementación y Desarrollo Plan de negocio – Proyecto Productivo

Emprendimiento Tipicos SantArepa como opción de Grado

Efrain Peinado Garzón - ID 720421

Fredy Alejandro Quinche Clavijo - ID 129656

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador Financiero

Asesora

Sandra Milena Piza Hernández

Administradora Financiera

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Cundinamarca

Sede Soacha (Cundinamarca)

Programa Administración Financiera

agosto de 2022

Dedicatoria

Fredy Alejandro Quinche Clavijo

Este trabajo está dedicado a mi esposa y a mis hijas quienes son el motor de mi existencia y por las que busco superarme cada día.

Efrain Peinado Garzón

Este trabajo lo dedico a CESAM especialmente a mi compañera de vida Claudia G, quien es la persona que siempre ha creído en mí y es mi apoyo en este camino que vamos recorriendo juntos, a mis hijas Salomé y Ana María quienes son en motor de impulso para no desfallecer y alcanzar las metas que me propongo.

Agradecimientos

Fredy Alejandro Quinche Clavijo

Agradezco a mi compañero de proyecto Efrain, quien me permitió ser partícipe de este gran emprendimiento, sé del esfuerzo y dedicación que junto a su familia le han puesto. Por lo cual me enorgullezco haber podido ser parte.

Efrain Peinado Garzón

Principalmente agradezco a Dios por darme una nueva oportunidad de estar en espacios enriquecedores para mi vida, agradezco a cada una de las personas como mis profesores y profesoras, compañeras y compañeros que hicieron parte de este esfuerzo que duro diez cuatrimestres y de quienes aprendí lo importante que es esforzarse buscando una mejorar continua para mi vida.

Contenido

Listas de tablas	9
Listas de figuras	10
Resumen	14
Abstract	16
Introducción	17
CAPÍTULO I	18
1 Identificación y Descripción del Problema o Necesidad	18
1.1 Identificación y descripción del problema, necesidad u oportunidad	18
1.2 Antecedentes del Problema, Necesidad u Oportunidad	19
1.2.1 Valor Agregado	20
1.3 Contribución del proyecto a políticas públicas	21
1.4 Justificación	24
1.5 Objetivos	26
1.5.1 Objetivo General	26
1.5.2 Objetivos Específicos	26
2 Direccionamiento Estratégico	27
2.1 Definición del Sector	27
2.1.1 Empresas Competidoras	28
2.1.2 Análisis Pestel	29
2.2 Definición de la empresa	32
2.2.1 Logo Typicos SantArepa	32
2.2.2 Slogan Typicos SantArepa	33
2.3 Nuestra Misión	33
2.4 Nuestra Visión	33
2.5 Nuestros Valores	34
2.6 Definición del producto o servicio	34
2.6.1 Introducción al Producto	34

2.6.2	Descripción de nuestra línea de productos	35
2.7	Análisis DOFA del Negocio	38
2.7.1	Análisis Interno	39
2.7.2	Análisis Externo.....	39
2.8	Objetivos estratégicos del negocio	40
2.8.1	Corto Plazo	40
2.8.2	Mediano Plazo.....	40
2.8.3	Largo Plazo.	40
3	Gestión del Mercado.....	41
3.1	Estudio de mercado	44
3.1.1	Formato encuesta aplicada.....	46
3.1.2	Encabezado encuesta formulario google.....	50
3.1.3	Análisis de resultados:	51
3.1.4	Informe de resultados.....	59
3.1.5	Ubicación del local.	60
3.2	Mercado consumidor.....	61
3.3	Competencia.	63
3.3.1	Menú.....	66
3.4	Mercado Proveedor.	68
3.4.1	Análisis del perfil:.....	68
3.4.2	Referencias y clientes:	68
3.4.3	Precio:	68
3.4.4	Calidad:	68
3.4.5	Tecnología e infraestructura:.....	68
3.4.6	Postventa:	69
3.4.7	Filosofía corporativa:	69
3.4.8	Nuestros proveedores.	69
3.4.9	Estrategia de mercadeo.	72
3.4.10	Estrategias de venta en las redes sociales	72
4	Gestión de Operaciones.....	78
4.1	Objetivos de Producción u Operativos	78

4.2	Materiales Necesarios.....	79
4.3	Capacidad de Producción / prestación del servicio	82
4.4	Activos Fijos.....	82
4.5	Diseño del Proceso de producción / prestación del servicio	83
4.5.1	Recetas y preparaciones de productos.....	84
4.6	Distribución de planta.....	87
4.7	Localización	88
4.8	Buenas Prácticas	89
5	Gestión Organizacional	90
5.1	Estructura Organizacional.....	90
5.2	Funciones de los cargos	90
5.2.1	Propietario Administrador punto de venta (1 Persona)	90
5.2.2	Jefe de Cocina Línea Caliente (Inicialmente 1 persona)	91
5.2.3	Auxiliar de Cocina Fría (Inicialmente 1 persona)	92
5.2.4	Mesero (Inicialmente 1 persona).....	93
5.2.5	Domiciliario (Inicialmente 1 persona).....	95
5.3	Proceso de vinculación.....	96
6	Gestión Legal.....	97
6.1	Tipo de empresa	97
6.2	Normas que regulan el desarrollo de la actividad	101
7	Gestión Financiera	102
7.1	Inversiones	102
7.2	Depreciación	103
7.3	Costo total.....	103
7.4	Presupuesto de ventas.....	104
7.5	Estado de resultados.....	105
7.6	Flujo de efectivo o flujo de caja	106
7.7	Indicadores de Viabilidad.....	107
7.7.1	Punto de equilibrio.	107
7.7.2	Utilidad Líquida.	108
7.7.3	Rentabilidad.....	108

7.7.4	Tiempo de retorno de la inversión.....	109
7.8	Valor presente neto – VPN y Tasa Interna de Retorno - TIR.....	109
8	Análisis e Interpretación de Resultados.....	110
9	Conclusiones	111
10	Prospectiva.....	112
11	Referencias Bibliográficas	113
12	Bibliografía	115

Lista de tablas

Tabla 1. - Investigación Ubicación de la competencia de Typicos SantArepa	29
Tabla 2. - Análisis de Pestel aplicado para Typicos SantArepa	29
Tabla 3. - Presentación tipos de arepas ofertadas en Typicos SantArepa	35
Tabla 4. - Presentación tipos de arepas ofertadas en Typicos SantArepa	38
Tabla 5. - División de comunas en el municipio de Soacha	42
Tabla 6. - Secciones en las que se encuentran dividida encuesta de estudio de mercado	44
Tabla 7. - Productos ofrecidos por las diferentes empresas competidoras de Typicos SantArepa.....	63
Tabla 8. - Personal de apoyo con el que se contará para trabajar en Typicos SantArepa.....	96

Lista de figuras

Ilustración 1. - Instalaciones punto de venta.....	20
Ilustración 2. -Juegos que se pueden practicar en el punto de venta	21
Ilustración 3. - Regla de fortalecimiento del emprendimiento – Gobierno Nacional.....	21
Ilustración 4. - Principales gremios económicos en Colombia / Feb 2021	27
Ilustración 5. - Cadena de valor del sector alimentario Sostenible	28
Ilustración 6. - Logo Typicos SantArepa	32
Ilustración 7. - Slogan Typicos SantArepa	33
Ilustración 8. - Nuestros valores	34
Ilustración 9. - Nuestros líneas y productos.....	35
Ilustración 10. - Segmentación de mercado municipio de Soacha	41
Ilustración 11. - Características segmentación de mercado	41
Ilustración 12. - Total Población Grupo de edad de Cundinamarca y municipio de Soacha	42
Ilustración 13. - Limites municipio de Soacha.....	43
Ilustración 14. - Pre-formato encuesta realizada (1/4).....	46
Ilustración 15. - Pre-formato encuesta realizada (2/4).....	47
Ilustración 16. - Pre-formato encuesta realizada (3/4).....	48
Ilustración 17. - Pre-formato encuesta realizada (4/4).....	49
Ilustración 18. - Evidencia número de encuestas realizadas	50
Ilustración 19. - Edad población muestral	51
Ilustración 20. - Sexo población muestral.....	51
Ilustración 21. - Ocupación población muestral	52

Ilustración 22. Nivel educativo población muestral	52
Ilustración 23. - Consumo de arepas en la población muestral.....	53
Ilustración 24. - Asistencia punto de comida rápida en la población muestral.....	53
Ilustración 25. - Elección sitio de comida rápida en la población muestral.....	54
Ilustración 26. - Razón de elección sitio de comida rápida.....	54
Ilustración 27. - Horario que asiste el punto de comida rápida.....	55
Ilustración 28. - Días de la semana en el que asiste al punto de comida rápida	55
Ilustración 29. - Productos de mayor aceptación y gusto por las personas	56
Ilustración 30. - Proteína de mayor aceptación y agrado entre las personas	56
Ilustración 31. - Toppings mas aceptados entre las personas	57
Ilustración 32. - Lugar donde comprarían el producto	57
Ilustración 33. - Medio de pago de nuestro producto.....	58
Ilustración 34. - Presupuesto a pagar por nuestro producto.....	58
Ilustración 35. - Sugerencias y comentario de nuestro producto.....	59
Ilustración 36. - Ubicación nuestro punto de venta desde autopista sur.....	60
Ilustración 37. - Ubicación nuestro punto de venta dentro del sector de San Mateo	60
Ilustración 38. - Comer fuera o en la casa.....	61
Ilustración 39. - Menú Typicos SantArepas lado posterior	66
Ilustración 40. - Menú Typicos SantArepas lado anterior	67
Ilustración 41. - - Cuadro de proveedores de insumos y productos.....	69
Ilustración 42. - Proyección de ventas en unidades Typicos SantArepas.....	70
Ilustración 43. - Proyección de ventas en pesos Typicos SantArepas	71
Ilustración 44. - Usuario en Facebook de Typicos SantArepas.....	72

Ilustración 45. - Grupos activos en Facebook que participa Typicos SantArepa	73
Ilustración 46. - Mensajes en Facebook que participa Typicos SantArepa.....	74
Ilustración 47. - Creación de usuario de WhatsApp Business en Typicos SantArepa.....	75
Ilustración 48. - Creación de usuario en página Typicos SantArepa	76
Ilustración 49. - Creación de usuario versión móvil Typicos SantArepa	76
Ilustración 50. - Creación de usuario versión móvil Typicos SantArepa	77
Ilustración 51. - Objetivos de Producción	78
Ilustración 52. - Insumos de producción (1/3).....	79
Ilustración 53. - Insumos de producción (2/3).....	80
Ilustración 54. - Insumos de producción (3/3).....	81
Ilustración 55. - Capacidad de producción persona por día	82
Ilustración 56. - Activos fijos Typicos SantArepa	82
Ilustración 57. - Procesos de producción Typicos SantArepa	83
Ilustración 58. - Proceso de compras Typicos SantArepa	83
Ilustración 59. - Proceso de atención al cliente Typicos SantArepa	84
Ilustración 60. - Preparaciones de cada producto en Typicos SantArepa	86
Ilustración 61. - Plano y distribución punto de venta Typicos SantArepa	87
Ilustración 62. - Antes y después imagen frontal punto de venta Typicos SantArepa	87
Ilustración 63. - Localización punto de venta, intersección calle 30 con carrera 9na	88
Ilustración 64. - Organigrama general Typicos SantArepa.....	90
Ilustración 65. - Certificado de matrícula ante Cámara de Comercio de Bogotá Typicos SantArepa (1/3)	98
Ilustración 66. - Certificado de matrícula ante Cámara de Comercio de Bogotá Typicos SantArepa (2/3)	99

Ilustración 67. - Certificado de matrícula ante Cámara de Comercio de Bogotá Typicos SantArepa (3/3)	
.....	100
Ilustración 68. - Inversión inicial Typicos SantArepa.....	102
Ilustración 69. - Depreciación de equipos e implementos de SantArepa.....	103
Ilustración 70. - Costo Total de productos de Typicos SantArepa	103
Ilustración 71. - Presupuesto de ventas Typicos SantArepa	104
Ilustración 72. - Estado de resultados Typicos SantArepa	105
Ilustración 73. - Flujo de caja Typicos SantArepa	106
Ilustración 74. - Indicador de viabilidad - Punto de Equilibrio Typicos SantArepa	107
Ilustración 75. - Indicador de viabilidad – Utilidad Bruta Typicos SantArepa.....	108
Ilustración 76. - Indicador de viabilidad – Rentabilidad Typicos SantArepa.....	108
Ilustración 77. - Indicador de viabilidad – Tiempo de retorno de la Inversión Typicos SantArepa	109
Ilustración 78. - Valor Presente Neto - VPN y Tasa Interna de retorno TIR– Tiempo de retorno de la Inversión en TSA.....	109

Resumen

Nuestro emprendimiento fue creado luego de observar las consecuencias económicas que dejó la pandemia de los años 2020 y 2021 principalmente en nuestro país, por ende, en nuestra región, observando principalmente la cantidad de emprendimientos familiares, negocios y locales comerciales que tuvieron que cerrar sus puertas, dejando de ofrecer sus servicios y reinventarse como una alternativa de subsistencia y no perderlos.

Nosotros quisimos aprovechar nuestra experiencia en la prestación de servicios de alimentación tomando la decisión de desarrollar una idea de negocio de proveer alimentos la cual se transformó en un emprendimiento que inicialmente es para nuestro beneficio, pero nos dimos cuenta que puede existir un beneficio adicional para los colaboradores que apoyaran directamente este emprendimiento.

Nuestros clientes y consumidores se encuentran ubicados en el municipio de Soacha, Cundinamarca, específicamente en la comuna número cinco (5), llamada San Mateo la cual se encuentra ubicada en el suroriente del municipio, y cuenta con una población aproximada de 63.500 habitantes.

Nuestros productos van dirigidos a un segmento de mercado de población joven, quienes cuentan con un rango de edad entre los veinte (20) años y cincuenta (50) años, que de acuerdo al análisis que hemos realizado son quienes tienen la facilidad para realizar el pago por nuestros productos.

Palabras clave:

Pandemia, servicios de alimentación, idea de negocio, emprendimiento, colaboradores, clientes, consumidores, Soacha, San Mateo, segmento de mercado, Productos.

Abstract

Our enterprise was created after observing the economic consequences left by the pandemic of the years 2020 and 2021, mainly in our country, therefore, in our region, mainly observing the number of family enterprises, businesses, and commercial premises that had to close their doors. , ceasing to offer their services and reinventing themselves as a subsistence alternative and not losing them.

We wanted to take advantage of our experience in providing food services by making the decision to develop a business idea of providing food which became an enterprise that was initially for our benefit, but we realized that there may be an additional benefit for collaborators who directly support this undertaking.

Our clients and consumers are located in the municipality of Soacha, Cundinamarca, specifically in commune number five (5), called San Mateo, which is located in the southeast of the municipality, and has a population of approximately 63,500 inhabitants.

Our products are aimed at a market segment of the young population, who have an age range between twenty (20) years and fifty (50) years, which according to the analysis that we have carried out are those who have the facility to carry out the payment for our products.

Keywords:

Pandemic, food services, business idea, entrepreneurship, collaborators, clients, consumers, Soacha, San Mateo, market segment, Products.

Introducción

Typicos SantArepa, es un emprendimiento creado a consecuencia de los estragos económicos dejados en el país por la pandemia en los años 2020 – 2021, este emprendimiento se implementó buscando obtener un beneficio económico tanto individual, como común de las personas involucradas tanto directamente como indirectamente.

Para Typicos SantArepa, nuestra razón de ser es la comercialización y venta de productos alimenticios frescos, tradicionales y de gran variedad, donde nuestros clientes pueden degustar diferentes tipos de arepa para rellenar eligiendo y combinando entre más de 16 Toppings (acompañamientos) logrando finalmente que el cliente consuma un excelente producto satisfaciendo su necesidad de variedad;

También es muy importante evidenciar que nuestra principal y más importante característica al ofrecer nuestro servicio es la innovación en la temática propuesta dentro del local, igualmente queremos generar un valor agregado al ofrecer un ambiente temático de juegos de mesa tradicionales que le permite disfrutar a nuestros visitantes, familias y grupos sociales de un espacio agradable, cómodo, tranquilo y familiar, haciéndonos diferentes ante los demás competidores, con una concentración de ventas en el horario de la tarde noche ofreciendo ya se alas onces y/o la cena.

Typicos SantArepa se encuentra registrada ante Cámara de Comercio de Bogotá.

CAPÍTULO I

1 Identificación y Descripción del Problema o Necesidad

1.1 Identificación y descripción del problema, necesidad u oportunidad

Typicos SantArepa nace de la necesidad de subsistir a partir de la pandemia generada en el año 2021 y por generar ingresos propios que fortalezcan la tranquilidad económica y generando empleo en familias de la población cercana, brindándoles una estabilidad laboral a todos aquellos que aportan con sus actividades diarias a la consolidación de este emprendimiento.

Este conjunto de acciones sumados a la experiencia laboral que adquirimos durante varios años en nuestra actividad diaria de nuestro grupo familiar, nos permitió tomar esta idea de negocio, plasmarla en diferentes acciones que sumadas nos permitió implementar este nuevo emprendimiento.

En respuesta a esta decisión tomada por el grupo familiar nos planteamos el siguiente interrogante que queremos resolver en este documento:

¿Por qué crear un producto tan comercializado a nivel nacional, específicamente en la comuna cinco (5) del municipio de Soacha?

De acuerdo al estudio de mercado inicial que realizamos luego de salir de pandemia observamos que dentro de este sector de la comuna cinco (5) existen una amplia y variada oferta gastronómica la cual es muy normal en cuanto a las especialidades que se ofrecen al cliente, esta oferta de productos

son las que normalmente se consume en los diferentes lugares gastronómicos del mundo, como son las hamburguesas en diferentes presentaciones, pizzas, perros calientes, salchipapas, empanadas, pasteles, entre otras, podemos analizar que existe una oportunidad que nos permite penetrar y participar en este mercado de comidas rápidas, es por ello que para Typicos SantArepas es importante ingresar a este mercado de comidas rápidas ofreciendo un producto de excelentes características y variedad alimenticia al igual que de presentación y otros productos tradicionales todos en un solo sitio, siendo productos representativos de distintas regiones de nuestro país.

Typicos SantArepas se diferencia de los demás competidores con dos temas importantes que hemos venido desarrollando; el primero es el de ofrecer a nuestros clientes un espacio de esparcimiento, alegría y diversión antes y después de comer, basado en la temática de juegos de mesa tradicionales de nuestra cultura colombiana, el segundo tema es el de ofrecer una gran variedad de productos a base de arepas que se diferencian por su fácil preparación, variedad de ingredientes y complementos, porciones adecuadas para al gusto del cliente, calidad en el proceso de preparación de alimentos, precios justos y competitivos dentro del sector, igualmente ofrecemos una excelente atención, amabilidad y cercanía hacia nuestra clientela, especialmente en la espera y entrega de nuestros productos a la mesa y vía domicilio.

1.2 Antecedentes del Problema, Necesidad u Oportunidad

Nuestro emprendimiento se caracteriza por generar innovación en nuestros procesos en cadena, que permiten ofrecer a nuestro consumidor final una amplia variedad de productos frescos, tradicionales, variados en un solo sitio, siendo productos representativos de distintas regiones de

nuestro país, dentro de nuestra oferta de menú ofrecemos arepas típicas, arepas delgadas y arepas para rellenar con diferentes ingredientes, al igual que algunos productos tradicionales que se ofrecen en el mercado de las comidas rápidas.



Ilustración 1. - Instalaciones punto de venta

1.2.1 Valor Agregado

Queremos resaltar que para Typicos SantArepa nuestro valor agregado es el ofrecer a nuestros clientes un espacio de esparcimiento agradable, familiar, con un ambiente temático de juegos de mesa que les permite del disfrute de la familia en general, grupos de amigos y sociales lo que nos hace diferente ante los demás competidores.

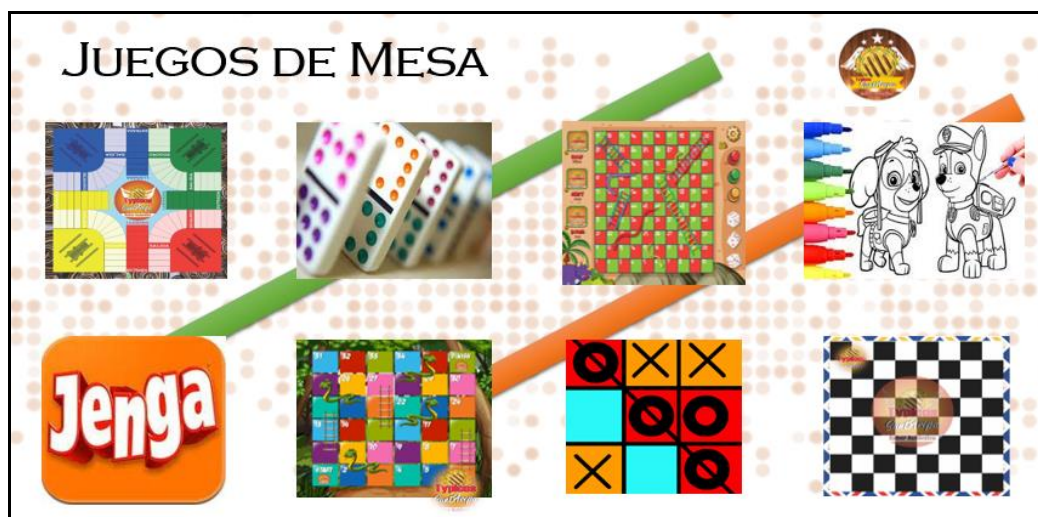


Ilustración 2. -Juegos que se pueden practicar en el punto de venta

En Tipicos SantArepa buscamos potencializar la adquisición de diferentes productos e insumos, apoyando su economía y generando un impacto social que permita dinamizar la economía del municipio.

1.3 Contribución del proyecto a políticas públicas

El Plan Nacional de Desarrollo 2018- 2022 es un pacto por la Equidad. Este Plan busca alcanzar la inclusión social y productiva, a través del Emprendimiento y la Legalidad. Legalidad como semilla, el emprendimiento como tronco de crecimiento y la equidad como fruto, para construir el futuro de Colombia (Departamento Nacional de Planeación, 2022).

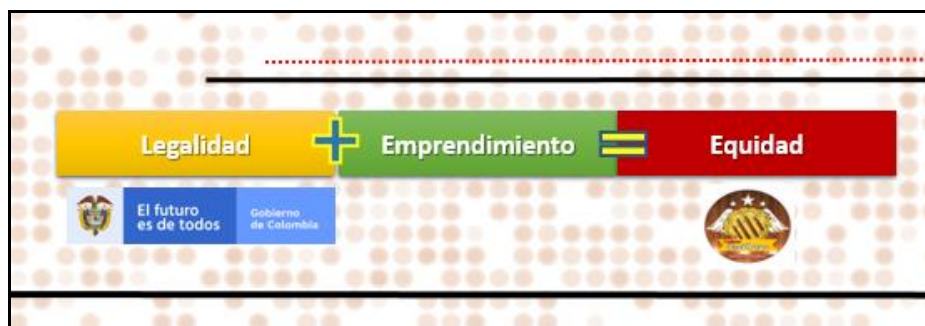


Ilustración 3. - Regla de fortalecimiento del emprendimiento – Gobierno Nacional

Según el Plan Nacional de Desarrollo - PND el gobierno busca fortalecer el emprendimiento en el país como un motor de crecimiento económico.

De acuerdo con la conclusión generada en el POT Soacha periodo 2020-2023 reza la siguiente información: *“Es necesario adecuar la estructura administrativa para que Soacha pase del municipio pequeño a la gran ciudad. No se pueden manejar con estructuras enanas problemas verdaderamente macros. Es necesario impulsar el potencial de producción de la pequeña y mediana industria e involucrarlo dentro del actual programa de zonas especiales de exportación. Soacha está en capacidad de acceder a los diferentes mercados. Soacha se ha convertido en un propósito nacional, si causa vergüenza pasar por Soacha, más vergüenza es dejar agravar sus problemas.*

Soacha se proyecta como tierra del futuro, la cercanía al aeropuerto internacional de Bogotá a través de grandes vías, la posibilidad de desarrollar su estructura ambiental y generar desarrollo, con solución a sus propios problemas, ofrece oportunidades para todo el país” (Lozada, 2000).

Podemos definir que en cuanto al desarrollo económico y comercial que ha tenido en los últimos años el municipio de Soacha, se abre la oportunidad de fortalecer cada uno de estos aspectos en beneficio de los habitantes, comerciantes, empresarios de pequeño y mediano tamaño.

Nuestro emprendimiento cumple con cada uno de los requerimientos exigidos por las entidades reguladoras permitiendo cumplir cada norma y regla estipulada que permite ofrecer un servicio y producto con la mejor calidad a nuestros clientes.

Cada uno de nuestros productos son preparados con los máximos protocolos y estándares de bioseguridad y la implementación de buenas prácticas de manufacturas, cumpliendo con la normatividad exigida por el gobierno nacional:

- Decreto 3075 de 1997: El cual reglamenta todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional, (Minsalud, 1997).
- Ley 9 de 1979: Código Sanitario Nacional por cuanto dicta medidas sobre las condiciones sanitarias básicas para la protección en el medio ambiente, suministro de agua, saneamiento de edificaciones, alimentos, droga, medicamentos, cosméticos, vigilancia y control epidemiológico, prevención y control de desastres, derechos de los habitantes respecto a la salud, (Giv.co, Función Pública, 1979).
- Resolución 765 de 2010: Deroga a Res.1090 de 1998 y 127 del 2001: Resolución tiene por objeto regular el proceso de capacitación para manipulación de alimentos, (Alcaldía de Bogotá, 2010)

Adicionalmente los pasos para tener en cuenta para el correcto funcionamiento del emprendimiento son relacionados a continuación:

1. Registro de información tributaria – RIT
2. Concepto de uso de suelo
3. Notificar apertura del establecimiento de Comercio
4. Paz y Salvo Organización Sayco y Acinpro – OSSA
5. Generación y/o Actualización del Registro Único Tradicional – RUT
6. Cumplimiento de condiciones Sanitarias
7. Cumplimiento de las condiciones de seguridad humana.

1.4 Justificación

La iniciativa de la estrategia productiva se desarrolla en el contexto de recuperación económica pos pandemia, en principio responde a intereses personales orientados hacia la generación de ingresos a la vez que pretende a futuro contribuir a la generación de ingresos económicos para muchas familias cuyos recursos para la subsistencia y calidad de vida que se han visto afectados, no sólo como consecuencia de las transformaciones que trajo consigo la pandemia, sino también los efectos de fenómenos migratorios. En este sentido, es importante asumir con liderazgo iniciativas que puedan activar nuevamente circuitos económicos y con ello convertirse en un escenario de generación de nuevos empleos para el municipio de Soacha.

También, es importante destacar la tendencia cambiante en los hábitos de consumo alimenticio, pues el municipio crece aceleradamente, la tendencia de familias jóvenes que afrontan dificultades grandes por el tiempo de distanciamiento asociado a los problemas de movilidad del municipio, con lo cual se afecta la calidad de vida de las familias, en tanto el tiempo para preparación de alimentación saludable en sus hogares es limitado, en contraste la creciente oferta de servicios de comidas rápidas poco saludables, con lo cual se convierte en una necesidad prioritaria ofrecer una alternativa de alimentación saludable de calidad con costos accesibles.

De otro lado, identificamos el aislamiento social y las dificultades de interacción como un nuevo efecto de la pandemia a causa del confinamiento y las diversas formas de aislamiento social, aunado a la creciente tendencia de familias pequeñas o unipersonales y la creciente llegada de familias de diferentes regiones que deben renunciar a parte de la identidad y los vínculos asociados a sus tradiciones

alimentarias; partimos de que en torno al alimento se construyen experiencias gozosas, gratificantes, de interacción, de compartir gustos, de unir culturas y por ello el modelo de negocio se orienta en la oferta de un alimento reconocido tradicionalmente, como es la arepa, preparado saludablemente, bajo el concepto de comida rápida y servido en un espacio físico pensado en el encuentro para el ocio saludable.

Es de destacar que al inicio del año 2020 por el confinamiento social el sector gastronómico fue altamente afectado, sin embargo, este mismo es el sector que más se ha recuperado pos pandemia, la Cámara de Comercio de Bogotá, en su informe del perfil económico y empresarial de la provincia Soacha-Sibaté de septiembre de 2021 indican que en el municipio de Soacha las actividades de servicios y comercio generan el 78% del valor agregado (VA) de la economía de la región, mientras que la industria y construcción aportan el 21% del VA.

De acuerdo con el registro mercantil del año 2021, el 41% de las unidades productivas y comerciales se ubican en el sector de servicios con lo cual se destaca una tendencia creciente del sector para satisfacer necesidades poblacionales y activar la economía regional. No obstante, el joven crecimiento del sector denota la necesidad de potenciar la articulación, investigación y apoyo técnico y financiero, ya que no es fácil encontrar documentación reciente que, de cuenta de las características de desempeño, dificultades y/o potencialidades como actividad comercial, sin embargo, es evidente que el sector crece, que además se liga a experiencias de bienestar y turismo en la región lo cual representa una importante oportunidad de expansión.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General.

Establecer el plan de negocios orientado al crecimiento de la empresa *Typicos SantArepa* que se dedica principalmente a ofrecer una alternativa de alimentación saludable, fresca y agradable de productos tradicionales como es la arepa durante los dos (2) primeros años de funcionamiento.

1.5.2 Objetivos Específicos.

1. Ofrecer una alternativa de comida rápida tradicional, saludable, fresca y cuya base principal es la arepa.
2. Participar activamente en circuitos de activación económica local a partir de la interacción efectiva con proveedores y clientes de la región.
3. Posicionar la marca en el sector a partir de la creación del primer punto de venta bajo el concepto diferenciador de experiencia de servicio al cliente, para luego expandir la marca a partir de la creación de nuevos puntos de venta en el sector de referencia.
4. Fomentar espacios de ocio saludable e intercambio cultural en torno al consumo de arepas reconocidas tradicionalmente en la región que valoren y potencialicen los procesos de mercado con el uso de herramientas tecnológicas.
5. Establecer estrategias de mercado que permitan conocer el gusto de los consumidores acelerando el crecimiento y sostenimiento de la empresa.

2 Direccionamiento Estratégico

2.1 Definición del Sector

En Colombia los sectores de la actividad económica se clasifican en tres (3) grandes sectores tradicionales denominados: el primario, el secundario y el terciario, y dos (2) sectores adicionales denominados el cuaternario o de información y el quinario para este caso nuestro emprendimiento se desarrolla dentro del sector terciario: Servicios de restaurantes y comidas donde nuestro trabajo es el de comercializar arepas rellenas típicas dentro de la provincia de Soacha la cual abarca los municipios de Soacha y Sibaté.

Según el diario La República – LR en el sector comercio, “La Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO) estima que el PIB del comercio pudo haberse contraído entre 8,5% y 9,5%. Su presidente, Jaime Alberto Cabal, advierte la importancia de evitar nuevos cierres y restricciones, así como empezar a pensar en recuperar la confianza de los consumidores”, (La República, 2021).

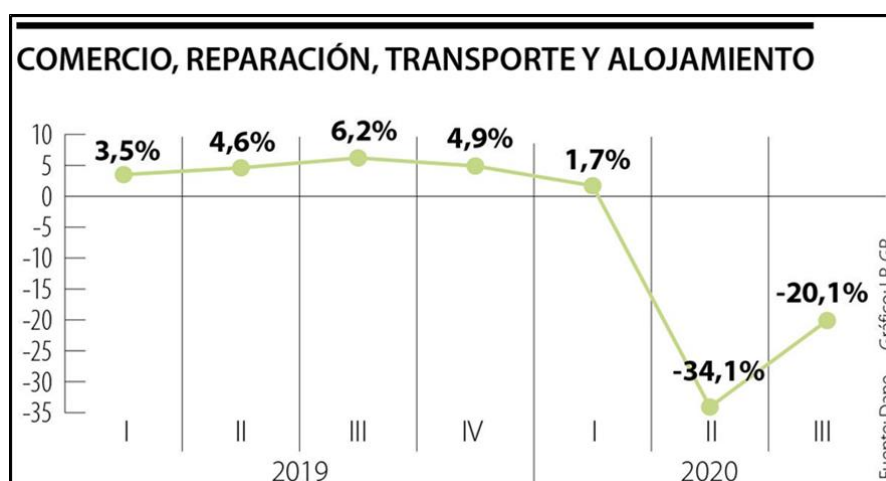


Ilustración 4. - Principales gremios económicos en Colombia / Feb 2021

Una cadena de valor alimentaria sostenible es una cadena de valor alimentaria que:

- Resulta rentable en todas sus etapas (sostenibilidad económica);
- Proporciona amplios beneficios para la sociedad (sostenibilidad social);
- Tiene una repercusión positiva o neutra en el entorno natural (sostenibilidad medioambiental).

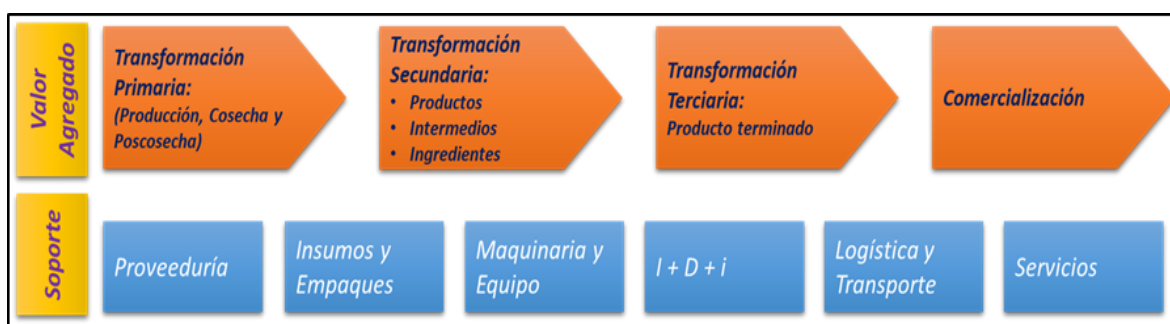


Ilustración 5. - Cadena de valor del sector alimentario Sostenible

El desarrollo la Cadena de Valor del Sector Alimentario Sostenible ofrece un marco que aborda muchos desafíos que enfrenta el desarrollo de los sistemas alimentarios.

2.1.1 Empresas Competidoras.

De acuerdo a la investigación de mercado realizada para detectar nuestra competencia directa encontramos las siguientes empresas quienes ofrecen algunos productos que nosotros ofrecemos:

Tabla 1. - Investigación Ubicación de la competencia de Typicos SantArepa

Nombre de la empresa	Ubicación de la empresa
Arepas Rellenas (Carro de comidas) Horario: (5:00 pm a 9:00 pm)	<ul style="list-style-type: none"> • Puesto 1 Sobre la Carrera 4 Este (San Mateo)
Mis Arepitas Salseras (Locales Comerciales) Horario: (4:30 pm a 10:00 pm)	<ul style="list-style-type: none"> • Local 1 Sobre la Calle 30 No. 2 – 62 Este (San Mateo) - (Cel.: 313 8205676) • Local 2 Sobre la Carrera 9 Este No. 31 – 63 (San Mateo) - (Cel.: 350 2054200) • Local 3 CC. Jardín Local 21 (Ciudad Verde)
Mi Arepita (Local Comercial) Horario: (7 am a 12:30 m) y (4:30 pm a 9:00 pm)	<ul style="list-style-type: none"> • Local 1 Sobre la carrera 3 Este No. 29D - 36 (San Mateo) - (Cel.: 302 4355270)

Estos negocios manejan una tecnología básica y tradicional ya que por ser producto que se debe preparar de forma natural y tradicional para que mantenga su consistencia manejan equipos básicos de cocina como asador convencional a base de carbón, planchas o asadoras, freidoras entre otros.

2.1.2 Análisis Pestel.

Tabla 2. - Análisis de Pestel aplicado para Typicos SantArepa

FACTOR	ASPECTO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
POLÍTICOS	Migración nacional e internacional negativamente influyente.	Oferta de productos referenciados con especial significado desde los lugares de proveniencia.	Ilegalidad que sustenta condiciones de inseguridad

ECONÓMICO	Incremento gradual en los últimos meses en cada uno de los precios de la materia prima utilizada en la preparación del producto final ofrecido al cliente.	Consolidación de la empresa y ampliación de puntos de venta.	Afectación en el precio de venta en cada uno de los productos que se ofrece en el portafolio del menú.
SOCIOCULTURAL	Estilos de vida familiar con dificultad para acceder a alimentación saludable y tiempos limitados para el bienestar.	Mercado potencial de personas que requieren alimentación saludable e instantes de bienestar.	Proliferación de oferta de comidas rápidas económicas y de baja calidad.
TECNOLÓGICO	Implementación de programas / software de ventas. Manejo de plataformas o canales digitales, redes sociales / comerciales para comercialización de los productos.	Vitrinas virtuales, interacción con clientes con optimización de tiempo, facilidad en solicitud de producto y sistemas de pago.	Se debe contar con amplias y variadas alternativas de acceso y pago del producto por el cliente.
AMBIENTAL	Reducción de pérdidas y manejo de desperdicios de materia prima al igual de los residuos obtenidos del producto ofrecido al consumidor final.	Implementar de acuerdo con la ley 1990 de 2019 la política para prevenir la pérdida y el desperdicio de alimentos	Que nuestros colaboradores no implementen las acciones diarias pertinentes que permitan desarrollar nuestra política.
LEGAL	Legalización de las empresas ante cámara y Comercio de Bogotá, al igual que las diferentes secretarías de las administraciones municipales de cada municipio.	Permite ejercer cualquier actividad comercial y acreditar públicamente la calidad de comerciante. Seguimiento al cumplimiento normativo para garantizar calidad y oportunidad. Acceso a mercados institucionales	Aumento de vendedores informales que generan precios poco competitivos.

La situación económica actual del municipio de Soacha y de acuerdo al plan de desarrollo para la vigencia 2020-2023 “El cambio Avanza” por medio del acuerdo No. 14 de 2020 del mes de mayo de 2020, en el que reza *“Soacha contribuye significativamente en la economía regional. El Producto Doméstico Bruto en Soacha está por encima de 1.3 trillones de pesos en 2002 y comparte el 11.8% del PDB del Departamento de Cundinamarca. La minería es una de las principales industrias de Soacha con 113 minas de explotación a cielo abierto. Esta actividad apoya la economía local sin embargo se vuelve una causa principal de efectos adversos al medio ambiente en el área.*

La principal actividad económica de Soacha cambió en las últimas décadas, moviéndose de la agricultura al área de servicios y actividades industriales. De acuerdo con una encuesta realizada por la municipalidad en el 2004, aproximadamente 102 empresas se establecieron en Soacha, y contrataron 5,551 empleados 7 con mayores habilidades. De acuerdo con lo anterior se dejaron pocas oportunidades para los residentes locales con poca capacitación que realizan las tareas informales y no calificadas. La actividad comercial en Soacha es relativamente activa comparada con la de otros Municipios de Cundinamarca con su participación económica del 39%8. Sin embargo, esta actividad comercial no ofrece un amplio rango de oportunidades de empleo o soluciones para los desempleados porque en la mayoría de los casos estos negocios pequeños son atendidos por miembros familiares inmediatos.

(Sistema de Monitoreo y Alerta Temprana en Soacha, n.d)

Podemos observar que existe una pequeña apertura en el sector comercial dentro del municipio que nos permite aprovechar estos espacios y establecer empresa brindando la oportunidad a más personas que puedan apoyar nuestro negocio construyendo empresa inicialmente a nivel local, para luego llegar a nivel regional y porque no a nivel nacional.

2.2 Definición de la empresa.

Typicos SantArepa, es un emprendimiento familiar que ofrece el servicio de venta de comidas y alimentos enfocadas en las arepas rellenas con diferentes ingredientes y complementos, ofreciendo como innovación la temática de juegos tradicionales entregando un excelente servicio a la mesa y un eficiente servicio a domicilio para habitantes del sector de la comuna cinco del barrio San Mateo.

Typicos SantArepa se encuentra registrado ante la Cámara de Comercio de Bogotá desde el día 8 de septiembre del año 2021 con un número de matrícula asignado, clasificada como un establecimiento de tamaño de Microempresa; se ubica en la comuna cinco (5) barrio San mateo del municipio de Soacha.

2.2.1 Logo Typicos SantArepa.



Ilustración 6. - Logo Typicos SantArepa

2.2.2 Slogan *Typicos SantArepa*.



Ilustración 7. - Slogan Typicos SantArepa

2.3 Nuestra Misión.

Somos una empresa que ofrecemos productos alimenticios tradicionales a base de arepas, bajo el concepto de consumo de comidas rápidas permitiendo satisfacer las necesidades y expectativas gastronómicas que buscan nuestros clientes, ofreciendo un servicio dentro de un ambiente familiar, divertido y temático.

2.4 Nuestra Visión.

Ser una empresa reconocida en el sector de comidas rápidas enfocadas al consumo de arepas rellenas a nivel local en el próximo año, lo que permitirá expandirnos con más locales a nivel municipal y regional para el 2025 y a nivel nacional para el año 2027, manteniendo altos estándares de calidad en beneficio siempre de nuestros clientes.

2.5 Nuestros Valores.

Nuestros valores están sustentados en la razón de ser de nuestra empresa y nuestros objetivos desarrollados anteriormente siendo una guía para las decisiones y conductas que tomamos dentro de nuestra empresa.

Nuestros valores están divididos en dos ejes los primeros establecen las bases para crear una cultura de trabajo idónea con referencia directa a nuestros clientes y los segundos son los valores necesarios que deben tener nuestros colaboradores que les permite reafirman su disposición para aportar a nuestra empresa.



Ilustración 8. - Nuestros valores

2.6 Definición del producto o servicio.

2.6.1 Introducción al Producto.


Nuestra empresa maneja 4 líneas de productos entre las que tenemos, Arepas típicas, arepas delgadas, arepas rellenas y otros antojos y en cada línea existen productos donde a cada uno se le coloca el nombre de cada uno de los juegos tradicionales.



Ilustración 9. - Nuestros líneas y productos

2.6.2 Descripción de nuestra línea de productos.

Tabla 3. - Presentación tipos de arepas ofertadas en Tipicos SantArepa

AREPA	IMAGEN	CARACTERÍSTICAS
1. Arepas Típicas		<p>Arepas que pertenecen a algunas regiones o zonas de nuestro país, entre ellas tenemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Arepa Boyacense ▪ Arepa de Choclo ▪ Arepa de Huevo ▪ Arepa de Huevo con carne ▪ Arepa de Huevo con pollo ▪ Arepa Santandereana de maíz pelao ▪ Arepa de peto asada rellena de queso ▪ Arepa de peto frita rellena de queso ▪ Arepa de peto frita rellena de queso y bocadillo.
2. Arepas Flaquitas		Arepas que se caracterizan por ser delgadas (tipo paisa) en las cuales el producto principal o proteína



y los toppings se colocan encima de ellas, entre las que tenemos:

- Paise
- Paise de Choclo
- Monopolio
- Inolvidable
- Triqui
- Yermis
- Twister

3. Arepas Rellenas



Arepas gruesas de relleno prediseñadas con su respectiva proteína y toppings entre ellas tenemos:

- Escalera
- Tío Rico
- Parchís
- Uno
- Dominó
- Rummi Q.
- Jenga
- Golosa

4. Arepas Las Lego



Arepas que pueden ser armadas como quieras, puedes elegir el tipo de arepa entre delgada, rellena, integral y de choclo, puedes incorporar una proteína entre Pollo desmechado, Carne desmechada, o ambas, Carne molida o Chicharrón y finalmente pueden escoger (2) dos toppings como:

- Aguacate
- Champiñón
- Huevo de codorniz
- Maíz Tierno
- Queso Doble Crema
- Hogao
- Chorizo
- Tomate
- Tocineta
- Guacamole
- Huevo de gallina
- Pico de gallo

-
- Rodajas de plátano
 - Salchicha
 - Jamón
 - Piña en almíbar en trozos.
-

Bebidas frías como:



- Jugos Naturales en Agua
- Jugos Naturales en Leche
- Limonada Natural
- Milo frio
- Agua en botella
- Gaseosa
- Jugos Hit
- Cerveza.

Bebidas Calientes como:



- Tinto Campesino
- Aromáticas de Frutas
- Café en Leche
- Milo Caliente
- Canelazo
- Maracuyazo
- Agua de Panela
- Chocolate

5. Bebidas

Combos como:



- Agua de panela con Queso
 - Agua de panela con Queso y Arepa Cachaca
 - Chocolate con Queso
 - Chocolate con Queso y Arepa Cachaca
-

2.7 Análisis DOFA del Negocio

El objetivo de este ejercicio de FODA es el de captar clientes que nos permita superar nuestro punto de equilibrio y generar utilidades.

Tabla 4. - Presentación tipos de arepas ofertadas en Tipicos SantArepa

	INTERNO	EXTERNO
NEGATIVO	<p>DEBILIDADES Es necesario alcanzar el punto de equilibrio, en los próximos seis meses.</p>	<p>AMENAZAS Empresas que se encuentran en el sector manejan precios más bajos que los ofrecemos en nuestro emprendimiento.</p>
POSITIVO	<p>FORTALEZAS Se maneja una temática especial dentro de nuestro local comercial generando innovación al entregar nuestros productos.</p>	<p>OPORTUNIDADES Potenciar el manejo de redes sociales y comerciales para obtener mayores ingresos.</p>

Dentro de las acciones que podemos implementar para cada acción a desarrollar encontramos:

- a) **Imagen:** Aumentar el prestigio y el atractivo visual de la página, adaptando la plataforma e igualmente mejorando la presentación del local comercial en el municipio de Soacha.
- b) **Oferta:** Incluir nuevas combinaciones de productos para atraer a más clientes, Complementando una arepa típica con una bebida fría o caliente.
- c) **Digital:** Trabajar diariamente en el fortalecimiento de nuestras redes sociales inicialmente por el mismo administrador y luego contratar un community manager que pueda crear una página web o

un blog para subir contenidos al igual que en nuestras redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram, YouTube, al igual que algunos portales especializados.

- d) **Servicios:** Ampliar las plataformas de acceso que ofrezcan un extra al consumidor en cuanto a variedad de productos, formas de solicitar y pagar por el producto y prontitud a la hora de hacer la entrega a domicilio.

2.7.1 Análisis Interno.

Dentro de las debilidades encontradas, una de ellas y tal vez la más importante es que para nuestro emprendimiento es primordial alcanzar dentro de los siguientes tres (3) meses. Nuestro punto de equilibrio; para ello se realizarán estrategias de mercadeo agresiva en redes sociales y a la vez se impulsa nuestra temática especial “Juegos de mesa” en nuestro punto de venta generando innovación y alegría al momento de esperar la entrega de nuestros productos.

2.7.2 Análisis Externo.

Algunos negocios que se encuentran en el sector manejan precios similares o un poco más bajos a los ofrecidos en Typicos SantArepa, para hacer contrapeso a esta diferencia nos proponemos ofrecer una excelente atención y servicio al cliente en el momento de su arribo, recibéndolo cordialmente y atendiendo con gran diligencia su pedido, cumpliendo con las expectativas generas al ingresar a nuestro emprendimiento.

Igualmente, otra alternativa es la de potenciar el manejo, administración de redes sociales y comerciales para obtener mayores ingresos atrayendo día a día nuevos clientes y estos a su vez permitan la llegada de más clientes.

2.8 Objetivos estratégicos del negocio

2.8.1 Corto Plazo.

Ofrecer un excelente servicio que nos permita alcanzar y superar el punto de equilibrio antes de los cuatro meses.

2.8.2 Mediano Plazo.

Consolidar nuestro emprendimiento como uno de los mejores sitios para disfrutar de una comida tradicional en el municipio de Soacha.

2.8.3 Largo Plazo.

Expandir nuestro emprendimiento a nivel departamental en los próximos 3 años permitiendo establecer un Good Will.

3 Gestión del Mercado

Soacha es el municipio más poblado del departamento de Cundinamarca en Colombia. Su área es de 184 km² (kilómetros cuadrados), y su población es de 808 828 (2022). Su área urbana está conurbada con la del Distrito Capital de Bogotá, siendo parte de su área metropolitana. Es la capital de la Provincia de Soacha, de la que solo forman parte dos municipios: Soacha y Sibaté.



Ilustración 10. - Segmentación de mercado municipio de Soacha

SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS
DEMOGRAFICA	<ul style="list-style-type: none"> * Edad: 20 y 50 años * Género: Femenino y Masculino * Profesión: Estudiantes, Profesionales, Emplead@s
GEOGRAFICA	<ul style="list-style-type: none"> * Área: 184 km² * Límites: <ul style="list-style-type: none"> Norte: Mosquera Sur: Pasca Oriente: Granada Occidente: Bogotá (Loc. Ciudad Bolívar) * Salto de Tequendama, Cerros de la Chucuita (Parque de la niebla), Parque Arqueológico y Ecoturístico Boquemonte, Parques naturales la Poma y Chicaque.
PSICOGRAFICA	<ul style="list-style-type: none"> * Estratos: 2 y 3

Ilustración 11. - Características segmentación de mercado

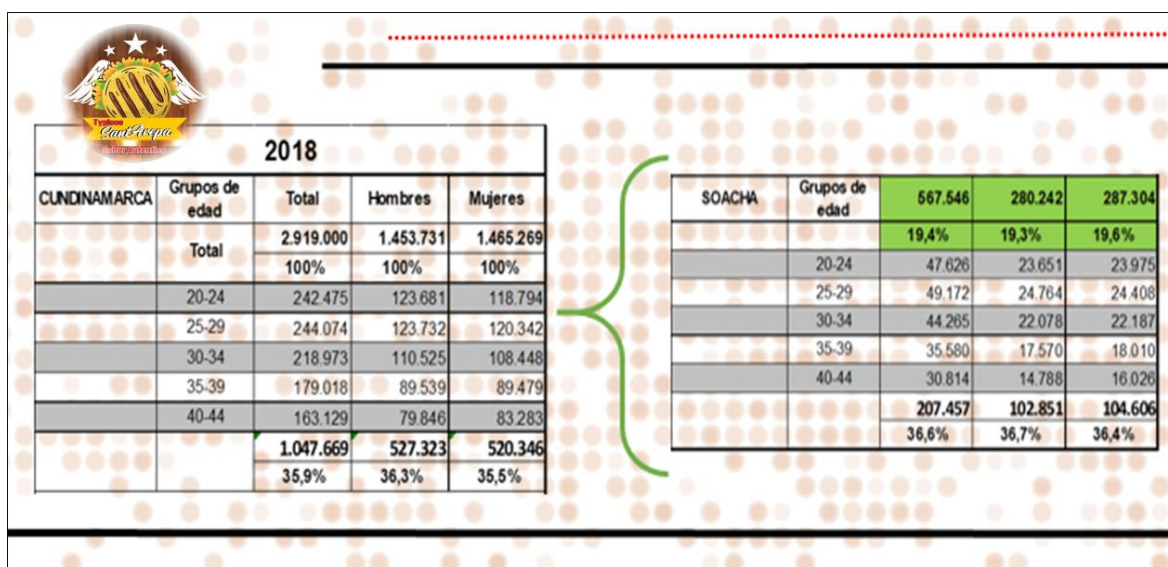


Ilustración 12. - Total Población Grupo de edad de Cundinamarca y municipio de Soacha

El municipio de Soacha se encuentra dividida en seis (6) comunas, donde el barrio San Mateo Se encuentra ubicado en la comuna cinco (5).

Tabla 5. - División de comunas en el municipio de Soacha

#	Nombre Comuna	#	Nombre Comuna	#	Nombre Comuna
C.1	Compartir	C.2	Soacha Central	C.3	La Despensa
C.4	Cazucá	C.5	San Mateo	C.6	San Humberto

La zona rural, que contempla el 70% de su extensión municipal se divide en dos corregimientos y estos a su vez en veredas:

- **Corregimiento 1:** Conformado por Alto del Cabra, Chacua, Fusungá, Hungría, Panamá, Romeral, San Jorge y Villanueva, localizadas al sur del casco urbano.
- **Corregimiento 2:** Conformado por Alto de la Cruz, Bosatama, Canoas, Cascajal, El Charquito y San Francisco, localizadas al norte y oeste del casco urbano.

A continuación, presentamos los municipios con los que limita el municipio de Soacha por cada limite.



Ilustración 13. - Límites municipio de Soacha

Soacha ha venido sufriendo una importante transformación económica, pasó de lo rural a lo urbano donde se consolidan sectores como el industrial, el minero y el de servicios, dentro de ellos se encuentra Almacafé sobre la autopista sur – zona industrial.

La palabra «Soacha» es un topónimo del muysc cubun (idioma muisca) que se divide en dos palabras: Sua, que significa ‘Sol’, y Cha, que significa ‘varón’

Iniciamos nuestro emprendimiento en la comuna cinco (5) del municipio Soacha, seguros de aportar a la activación de circuitos económicos de la provincia y con ello hacer parte fundamental de poder generar y convertir inicialmente esta comuna en un escenario que genera nuevos empleos, y luego expandirnos dentro del municipio de Soacha en el cual existe un mercado más activo y el modo de vida de las personas es más consumista en algunas horas del día, especialmente en la noche.

3.1 Estudio de mercado

Dentro del estudio que realizamos podemos encontrar el siguiente análisis donde definimos nuestro objetivo de estudio el cual se desarrolla con el propósito de satisfacer necesidades básicas de nuestros posibles clientes; para ello implementamos una encuesta con un total de diez y siete (17) preguntas enfocadas en los siguientes siete (7) temas donde podamos determinar la posibilidad que nuestro producto (Arepas Rellenas y típicas) tenga una participación activa en el mercado actual del sector.

Tabla 6. - Secciones en las que se encuentra dividida encuesta de estudio de mercado

DIVISIÓN ENCUESTA
<p>OBJETIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dirección de correo electrónico
<p>PERFIL ENCUESTADOR / CLIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad ▪ Sexo ▪ Ocupación ▪ Nivel Educativo
<p>PRODUCTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Te gusta consumir las arepas rellenas? ▪ Cuantos días del mes usted asiste a un punto de comida rápida y/o restaurante? ▪ Al momento de elegir tu alimento que lugar o sitio escoges para comerlo? ▪Cuál es la principal razón por la que asiste a un restaurante o punto de comida rápida? ▪ Normalmente en que horario asiste al restaurante o punto de comida rápida ▪ Que día o días de la semana asiste al punto de comida rápida o restaurante para alimentarse

DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO

- Dentro de los siguientes tipos de arepas cual es la de su mayor gusto, (Puede marcar las que crea necesario)
- De las siguientes proteínas cual es la de su mayor agrado para ser parte del relleno de una arepa (Marcar las opciones que desee)
- De los siguientes toppings, (acompañamientos) cuál de ellos es de su mayor agrado para adicionarlo como relleno en la arepa (Marcar las opciones que crea necesario)

DISTRIBUCIÓN Y MEDIOS DE PAGO DEL PRODUCTO

- En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto
- Por qué medio de pago realizaría la compra de nuestro producto

PRECIOS DEL PRODUCTO


- Cuanto está dispuesto a pagar por una arepa rellana dentro de estos rangos


SUGERENCIA O COMENTARIO

- ¿Tiene alguna sugerencia o comentario para tenerla en cuenta al momento de consumir nuestro producto?
-

3.1.1 Formato encuesta aplicada.

ENCUESTA DE PRODUCTO





OBJETIVO:

AREPAS RELLENAS
 Realizamos la siguiente encuesta de valoración para nuestro producto que son las arepas rellenas cuya característica principal es la variedad de combinaciones que se pueden degustar, porciones adecuadas para al gusto del cliente, calidad en el proceso de su preparación, precios justos y competitivos; estamos interesados en conocer puntos de vista de nuestros posibles clientes y por ello solicitamos por favor contestar la siguiente encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para conocer la valoración y alternativas de nuestras Arepas Rellenas dentro del mercado local el cual se ubica en el barrio San Mateo, municipio de Soacha.

Correo Electrónico _____

PERFIL ENCUESTADOR:

1. Edad:

<input type="checkbox"/> 11 a 20	<input type="checkbox"/> 41 a 50
<input type="checkbox"/> 21 a 30	<input type="checkbox"/> 51 a 60
<input type="checkbox"/> 31 a 40	<input type="checkbox"/> +61
2. Sexo:
 - Hombre
 - Mujer
 - Indiferente
3. Ocupación _____
4. Nivel educativo

<input type="checkbox"/> Primaria	<input type="checkbox"/> Especialización
<input type="checkbox"/> Secundaria	<input type="checkbox"/> Maestría
<input type="checkbox"/> Técnico	<input type="checkbox"/> PhD
<input type="checkbox"/> Tecnólogo	<input type="checkbox"/> Sin Estudio
<input type="checkbox"/> Profesional	

PRODUCTO:

1. Te gusta consumir arepas rellenas
 - Si
 - No

1/4

Ilustración 14. - Pre-formato encuesta realizada (1/4)

ENCUESTA DE PRODUCTO

Typicos
SantArequa

2. Cuantos días al mes usted asiste a un punto de comida rápida y/o restaurante:
- 1 a 5
 - 6 a 10
 - 11 a 15
 - 16 a 20
 - 21 a 25
 - Todos los días
 - No asisto a restaurantes o punto de comida rápida
3. Al momento de elegir tu alimento que lugar o sitio escoges para comerlo.
- Punto de Comida Rápida
 - Restaurante
 - Restaurante, pero algunas veces también voy a un punto de comida rápida
 - Ninguno
- 4.Cuál es la principal razón por la que asiste a un restaurante o punto de comida rápida
- Por comer algo diferente
 - Por placer
 - Por no gastar demasiado
 - Por festejo
 - Por trabajo
 - Por no comer en casa
 - Por cuestiones de salud
 - Por cercanía al trabajo
5. Normalmente en que horario asiste al punto de comida rápida o restaurante
- Entre las 12:00 m y 1:59 pm
 - Entre las 2:00 pm y 3:59 pm
 - Entre las 4:00 pm y 5:59 pm
 - Entre las 6:00 pm y 7:59 pm
 - Entre las 8:00 pm y 9:59 pm
 - Otra, ¿Cuál? _____
6. Que día o días de la semana asiste al punto de comida rápida o restaurante para alimentarse
- Lunes
 - Martes
 - Miércoles
 - Jueves
 - Viernes
 - Sábado
 - Domingo
 - Todos los días
 - Ningún día
 - Cualquier día de la semana

2/4

ENCUESTA DE PRODUCTO

Typicos
SantArepas


DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

1. Dentro de los siguientes tipos de arepas cual es la de su mayor gusto, (Puede marcar las que crea necesario):
 - Arepa de maíz blanca para rellenar
 - Arepa de maíz blanca delgada
 - Arepa de maíz choclo
 - Arepa integral
 - Arepa con queso
 - Arepa boyacense
 - Arepa de maíz frita peto con queso
 - Arepa de maíz frita peto con queso con bocadillo
 - Arepa de huevo
 - Arepa de huevo con carne molida
 - Arepa de huevo con pollo
 - Otra, ¿Cuál? _____

2. De las siguientes proteínas cual es la de su mayor agrado para ser parte del relleno de una arepa (Marcar las opciones que desee):
 - Carne desmechada
 - Pollo desmechado
 - Mixta de pollo y carne
 - Carne molida
 - Chicharrón
 - Atún
 - Chorizo
 - Mollejas
 - Camarones
 - Huevo frito
 - Queso tajado
 - Carne de hamburguesa
 - Pollo apanado de hamburguesa
 - Otro, ¿Cuál? _____

3. De los siguientes toppings, cuál de ellos es de su mayor agrado para adicionarlo como relleno en la arepa (Marcar las opciones que crea necesario)
 - Aguacate
 - Champiñón
 - Chorizo
 - Guacamole
 - Hogao
 - Huevo de Codomiz
 - Huevo de Gallina
 - Jamón
 - Maíz Tierno

3/4



ENCUESTA DE PRODUCTO

Pico de Gallo
 Piña en trozos
 Queso Doble crema
 Salami
 Salchicha
 Tocineta
 Tomate
 Otro, ¿Cuál? _____

DISTRIBUCIÓN Y MEDIOS DE PAGO DEL PRODUCTO:

1. En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto:

En el punto de venta / Local comercial
 Por domicilio
 Por internet
 Otro, ¿Cuál? _____

2. Por qué medio de pago realizaría la compra de nuestro producto:

En Efectivo
 Tarjeta debito
 Tarjeta de crédito
 Nequi
 Daviplata
 Otro, ¿Cuál? _____

PRECIO DEL PRODUCTO:

1. Cuanto está dispuesto a pagar por una arepa rellana dentro de estos rangos:

\$ 6.000 y \$ 9.000
 \$9.001 y \$12.000
 \$12.001 y \$15.000
 \$15.001 y \$18.000
 +\$18.001
 No los compraría por esos valores

SUGERENCIA O COMENTARIO:

1. ¿Tiene alguna sugerencia o comentario para tenerla en cuenta al momento de consumir nuestro producto?

4/4

Ilustración 17. - Pre-formato encuesta realizada (4/4)

3.1.2 Encabezado encuesta formulario google.

Corresponde al encabezado utilizado en encuesta construida e implementada la cual fue respondida por setenta y cinco (75) posibles clientes.



Ilustración 18. - Evidencia número de encuestas realizadas

Link de acceso a encuesta completo:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScPwS4ybBK1GMEHEsMeJNEvmKeFpp5CHnITtdRdFgqjOtFA/viewform?usp=sf_link

Link de acceso a encuesta corto para aplicaciones:

<https://forms.gle/eHyrFdaRYkyH6cgd9>

La encuesta se aplicó a setenta y cinco (75) personas de todos los niveles sociales, económicos y educativos, donde la mayoría de ellas viven cerca del área de influencia del punto de venta – Municipio de Soacha, barrio San Mateo, personas de la Corporación universitaria Minuto de Dios y familiares.

3.1.3 Análisis de resultados:

Realizaremos a continuación el respectivo análisis para cada una de preguntas diseñadas en esta encuesta, dando al final nuestro informe de resultados donde observaremos cada una de las ventajas y desventajas que tiene este ejercicio:

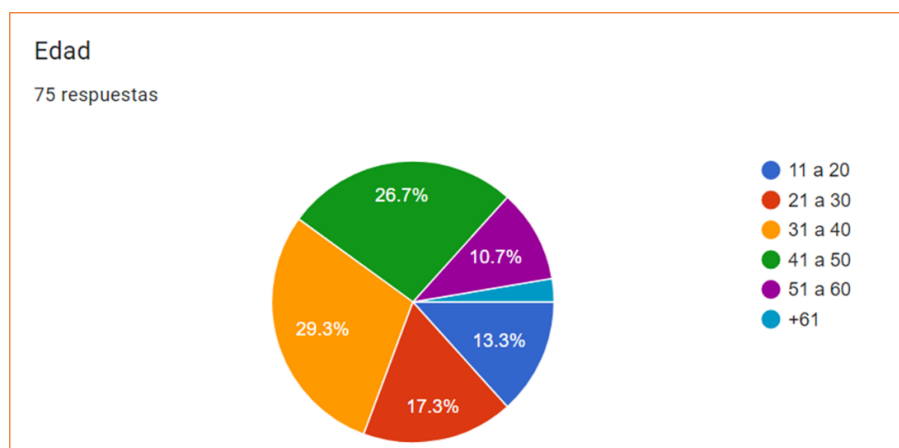


Ilustración 19. - Edad población muestral

De acuerdo a lo observado podemos afirmar que nuestra población objetivo se encuentra entre los 21 y 50 años (21 a 30 años con un 17.3%, 31 a 40 años con un 29.3% y 41 a 50 años con un 26.7%), son nuestros consumidores finales con poder adquisitivo.

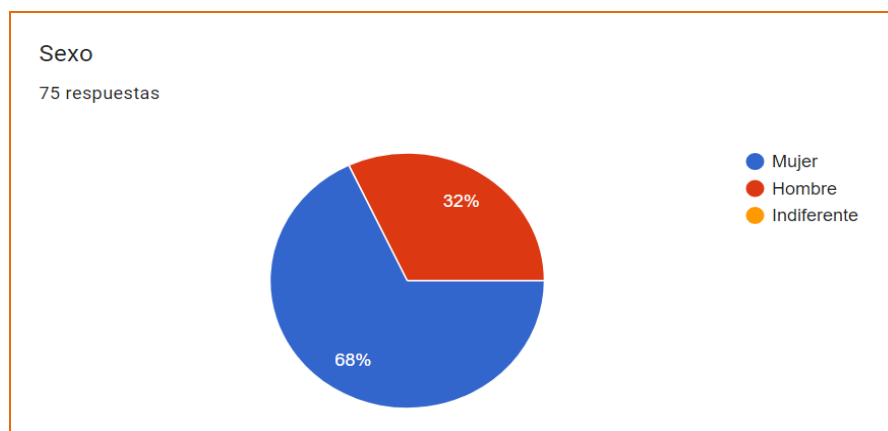


Ilustración 20. - Sexo población muestral

Observamos que del total de personas que diligenciaron nuestra encuesta el 68% son mujeres y el 32% son hombres con un total de 100% que corresponde a 75 personas.

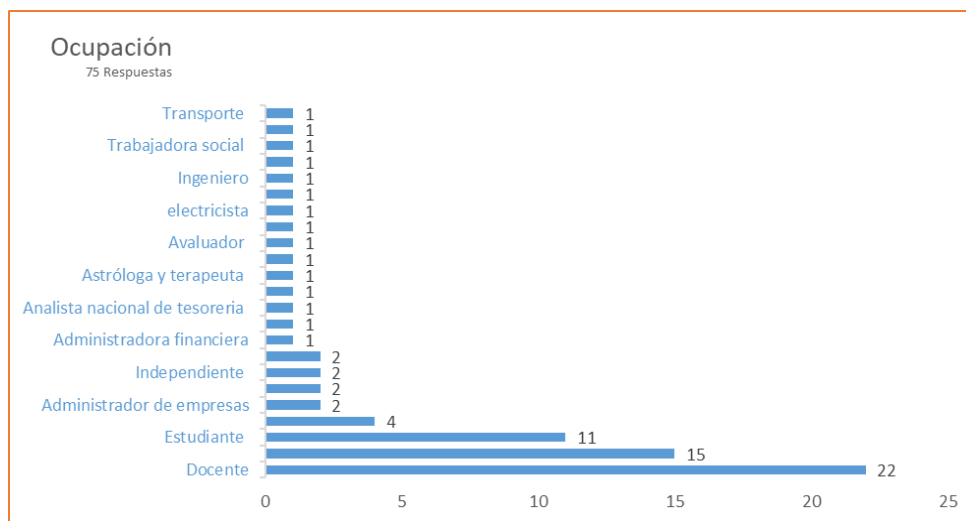


Ilustración 21. - Ocupación población muestral

Dentro de las personas que diligenciaron nuestra encuesta existen un total de 12 profesiones y actividades que desarrollan, el mayor perfil observamos que son los docentes quienes trabajan dentro del municipio de Soacha, segmento que podemos aprovechar para utilizar sus redes sociales y de apoyo como apalancamiento en nuestras ventas del producto.

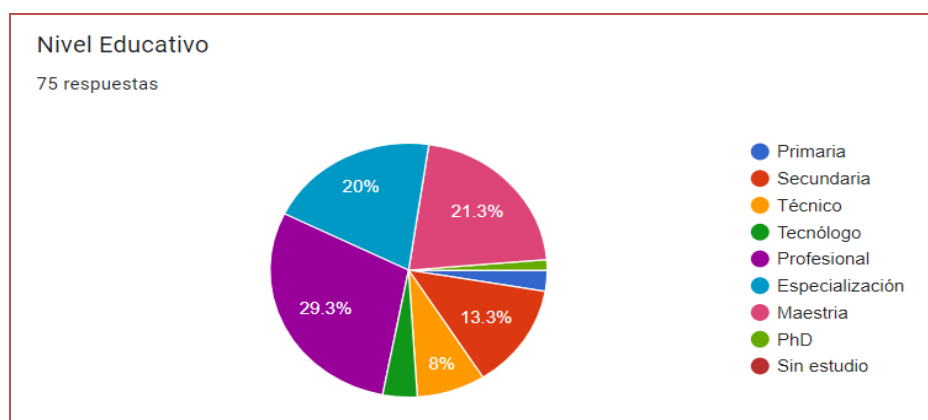


Ilustración 22. Nivel educativo población muestral

Se puede observar que la mayoría de la población encuestada mantiene un nivel educativo medio – alto que les permite contar con recursos económicos para adquirir nuestros productos.

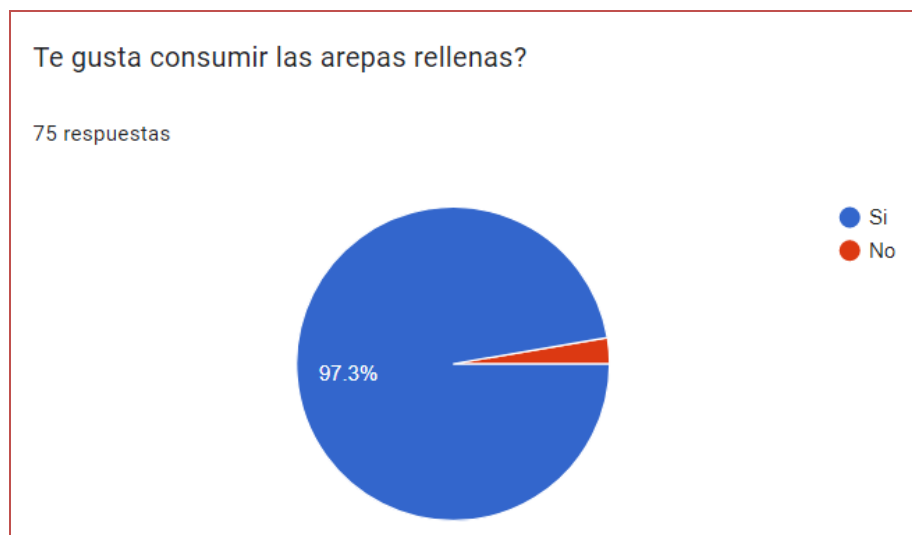


Ilustración 23. - Consumo de arepas en la población muestral

Los resultados de esta pregunta son positivos para nuestro emprendimiento ya que del 100% de personas encuestadas (75) setenta y cinco, solo un 2.7% (2 personas) no les gusta consumir arepas rellenas.



Ilustración 24. - Asistencia punto de comida rápida en la población muestral

Podemos observar que del total de personas encuestadas (75) setenta y cinco, el 64% va un punto de comida rápida y/o restaurante concurre entre 1 y 5 días y con el 22.7% va entre 6 y 10 días, lo cual es también positivo para nuestra empresa permitiendo que exista más posibilidades que estas personas nos visiten varias veces al mes.



Ilustración 25. - Elección sitio de comida rápida en la población muestral

De acuerdo a los resultados observados podemos concluir las personas al momento de dirigirse a un restaurante para consumir sus alimentos visitan algunas veces algún punto de comida rápida, lo cual nos permite generar expectativas que podemos recibir varios clientes para consumir nuestros productos.

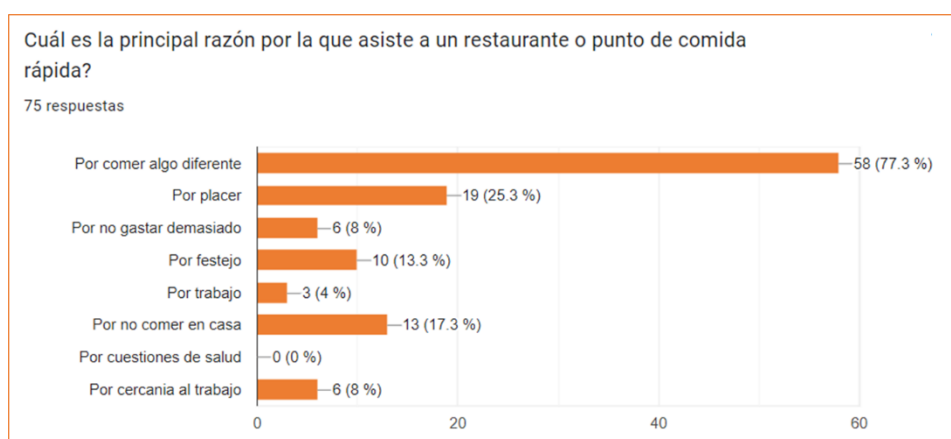


Ilustración 26. - Razón de elección sitio de comida rápida

Podemos observar en esta encuesta que la gente asiste a los puntos de comida buscando comer algo diferente en un porcentaje del 77.3% (58 personas) del 100% de personas encuestadas.

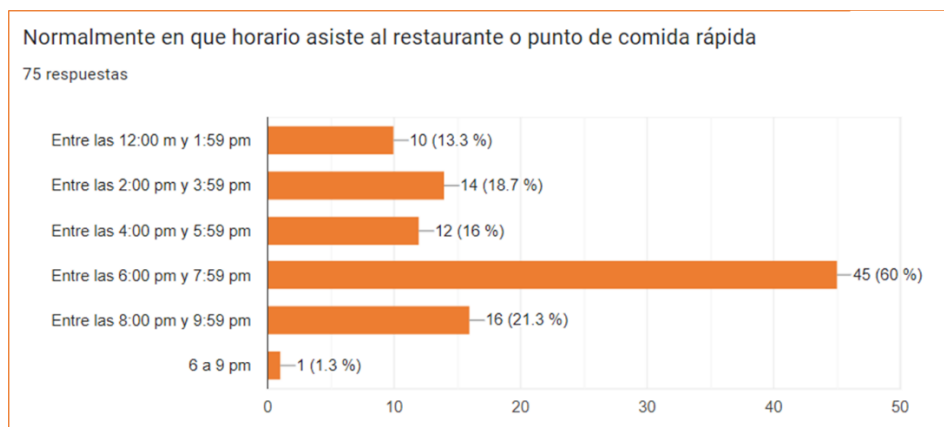


Ilustración 27. - Horario que asiste el punto de comida rápida

Podemos concluir que la mayor afluencia de clientes se presenta en el horario de 6 de la tarde y 7:59 de la noche con un 60% al igual que entre las 8:00 de la noche y 9:59 de la noche con un 21.3%.

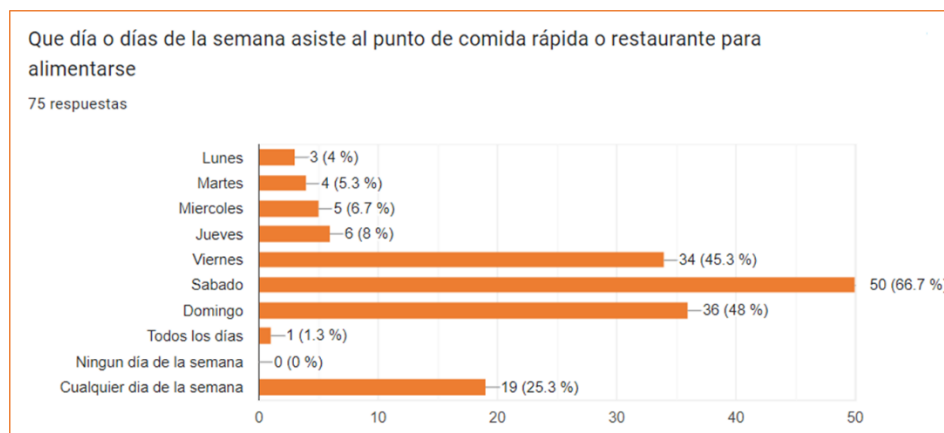


Ilustración 28. - Días de la semana en el que asiste al punto de comida rápida

De acuerdo a lo observado podemos concluir que los días que más asisten a los puntos de comida rápida los encuestados es el fin de semana entre los días viernes con un 45.3%, sábado con un

66.7% y domingo con un 48%, aunque también existe un porcentaje del 25.3% donde van cualquier día de la semana.

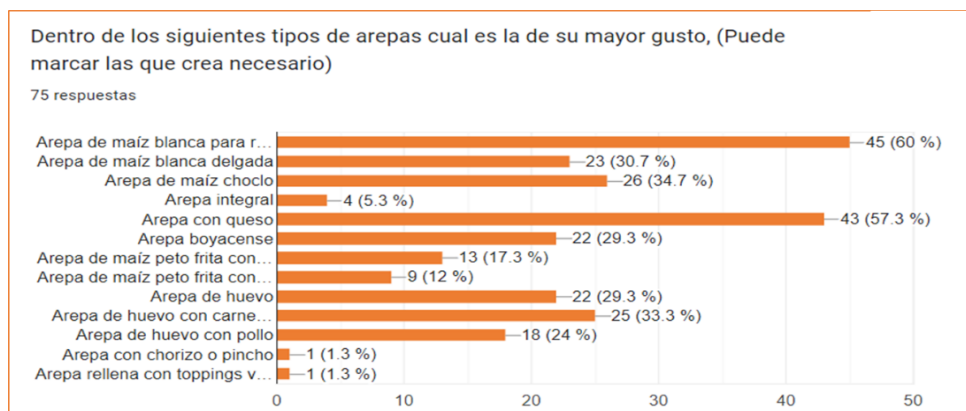


Ilustración 29. - Productos de mayor aceptación y gusto por las personas

Dentro de los gustos por el tipo de arepa que las personas seleccionaron tenemos en primer lugar la arepa de maíz blanca para rellenar con un porcentaje del 60% que corresponden a (45 personas), seguida de la arepa con queso con un porcentaje del 57.3% correspondiente a (43 personas) y con un 34.7% que corresponden a 26 personas, en general podemos determinar que la mayoría de arepas que se relacionaron en esta encuesta tienen gran aceptación y se pueden ofrecer dentro del ejercicio de ventas de productos de nuestros.

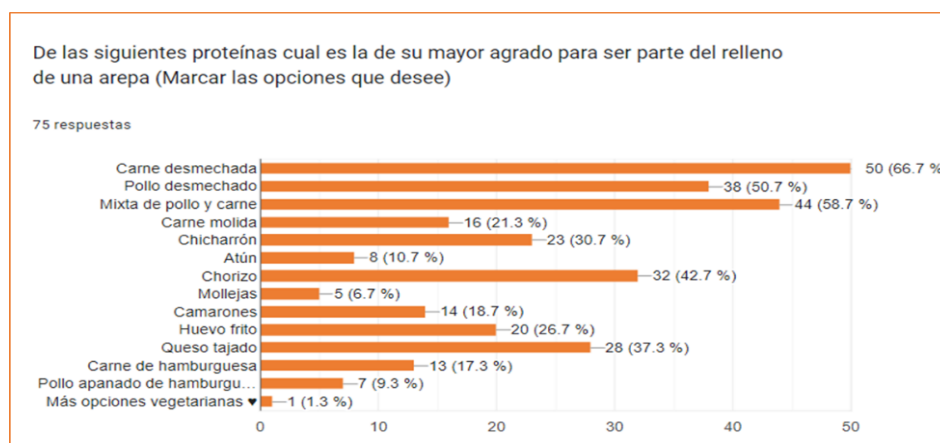


Ilustración 30. - Proteína de mayor aceptación y agrado entre las personas

Dentro de las proteínas que se ofertaron en la encuesta contestada por las 75 personas nos da como resultado principalmente que la Carne desmechada, pollo desmechado, la mix de estas dos junto con el chorizo son las cuatro (4) opciones más solicitadas, es por ello que podemos trabajar con estos productos para iniciar la venta de productos.

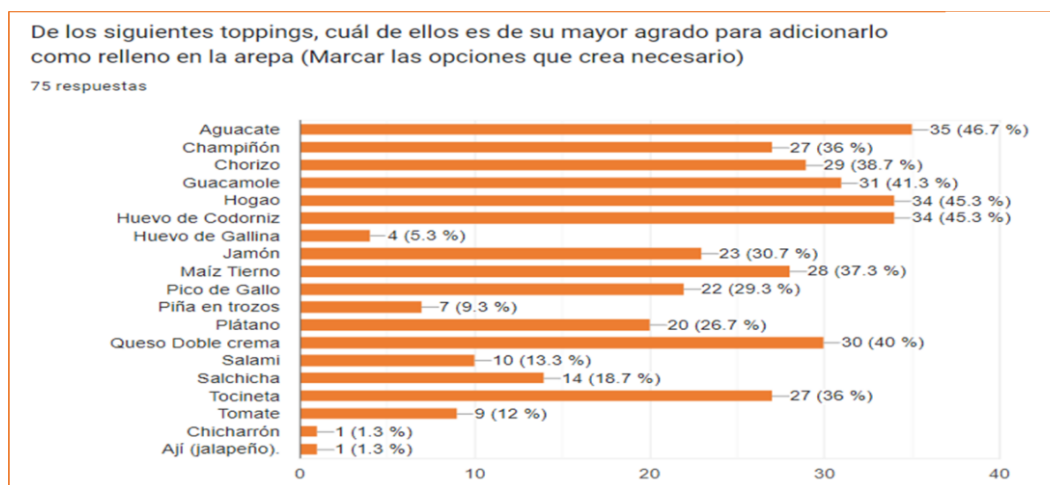


Ilustración 31. - Toppings mas aceptados entre las personas

De los diez y nueve (19) toppings que se relacionaron podemos ver que su gran mayoría tienen aceptación entre las personas encuestadas al parecer solo 2 no la tienen que es el chicharon y el ají (Jalapeño), los cuales no se tendrán en cuenta para ser introducidos dentro de nuestro portafolio de productos a servir, vemos también que el que más gusto por los encuestados fue el aguacate (Rodajas de Aguacate) con un alto porcentaje 46.7% y una cantidad de 35 personas.

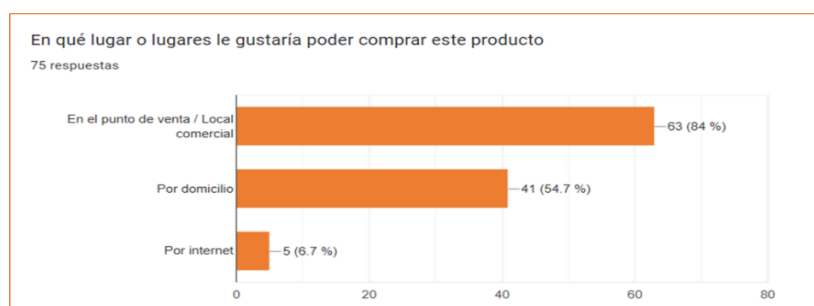


Ilustración 32. - Lugar donde comprarían el producto

Observamos que la mayoría de personas se dirigen al punto de venta para consumir los productos en un porcentaje del 84% de un total de 109 opciones escogidas con la posibilidad de escoger entre los tres medios posibles de adquirir nuestro producto.

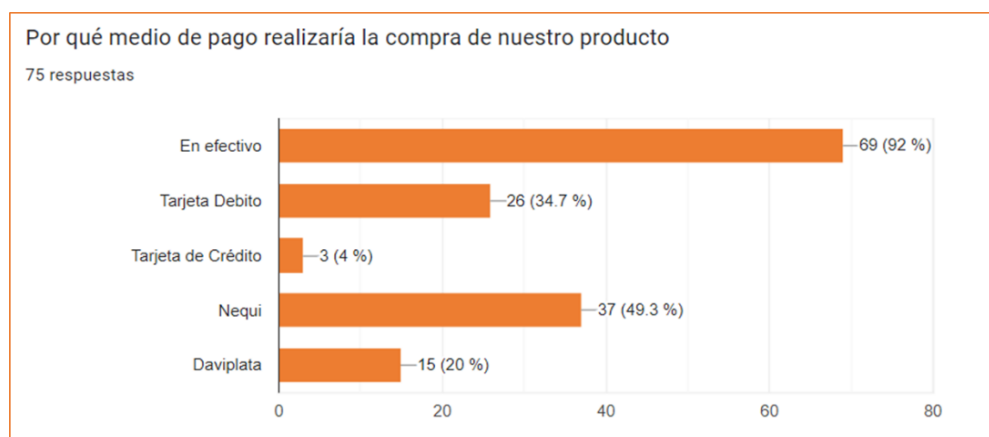


Ilustración 33. - Medio de pago de nuestro producto

De acuerdo a la encuesta realizada se observa y ratifica que la forma de pago que más utilizan las personas es el pago en efectivo seguido de pago por Nequi, lo cual se tiene contemplado en nuestro emprendimiento.

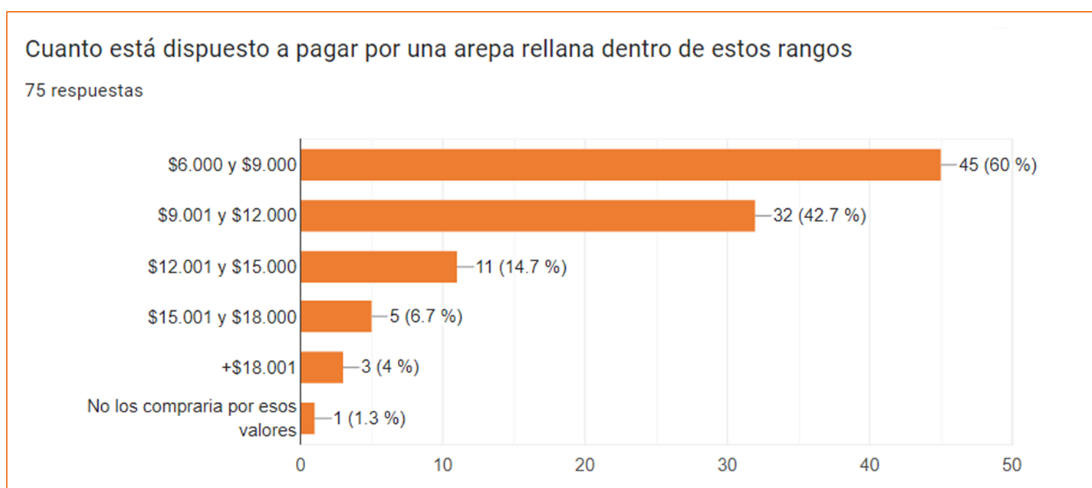


Ilustración 34. - Presupuesto a pagar por nuestro producto

De acuerdo a los resultados de la encuesta se observa que las personas están dispuestas a pagar por nuestro producto un rango de precio entre los \$6.000 y \$12.000.

- Que el producto no sea tan seco.
- La disponibilidad de salsas variadas, picantes y no picantes, es un gran plus.
- Que sean productos frescos y lleguen pronto a la mesa.
- Que se ofrezcan bebidas naturales como jugos o bebidas bajas en azúcar
- Bebidas
- Que todo este limpio y bien presentado.
- El tiempo de preparación sea muy corto.
- Calidad e higiene
- Calidad de los insumos y tiempo de entrega
- Que hallan sido productos hechos el mismo día para evitar q no hagan malas digestiones la comida del día anterior
- Tener atención por medio de APPS
- Debe ser extremadamente pulcro. Debe tener una excelente atención.
- Tener en cuenta que hay personas que deben consumir poca azúcar y/o sal al momento de sazonar
- Buenas salsas
- No ponerle queso
- Bebidas surtidas para acompañar
- Que atiendan bien bonito gracias
- Que sean productos frescos y un lugar confiable
- Debería contemplar el tener una carta de productos más amplia, chorizo, pincho, carne asada salchipapas entre otras, de esta manera existe más variedad de productos a la hora de comer. Para todos los gustos
- Servicio a mesa rápido
- El lugar de consumo debe ser agradable e innovador
- Que sea ágil y rápida la atención.
- Los empaques o "pañales" que usen en sus productos van a ser clave
- La proteína bien sazonada
- Qué den áreas de cortesía
- Acompañamiento
- Empaque aséptico
- La presentación del plato
- La presentación es muy importante
- Que la comida este caliente
- Las salsas son el secreto de sabores
- Buena idea
- Que se de a conocer semanalmente en la universidad

Ilustración 35. - Sugerencias y comentario de nuestro producto

Estas son algunas observaciones y recomendaciones que no aportan las personas las cuales son importantes para satisfacer sus necesidades y brindar un excelente y completo servicio de alimentación.

3.1.4 Informe de resultados.

Podemos concluir que la población que accede día a nuestro punto de comida está entre las edades de los 11 a 50 años en su mayoría profesionales, a quienes les gustan las arepas rellenas y asisten a puntos de comida rápida y / o restaurantes, ellos asisten entre el horario de 5:00 pm a 9:00 pm, para realizar el pago al momento de realizar la compra de los productos lo hace en su mayoría en efectivo y también en Nequi, también en su mayoría están dispuestos a pagar por nuestros productos un precio entre los \$ 6.000 y \$ 12.000 lo cual se ajusta nuestros precios de venta al público.

3.1.5 Ubicación del local.

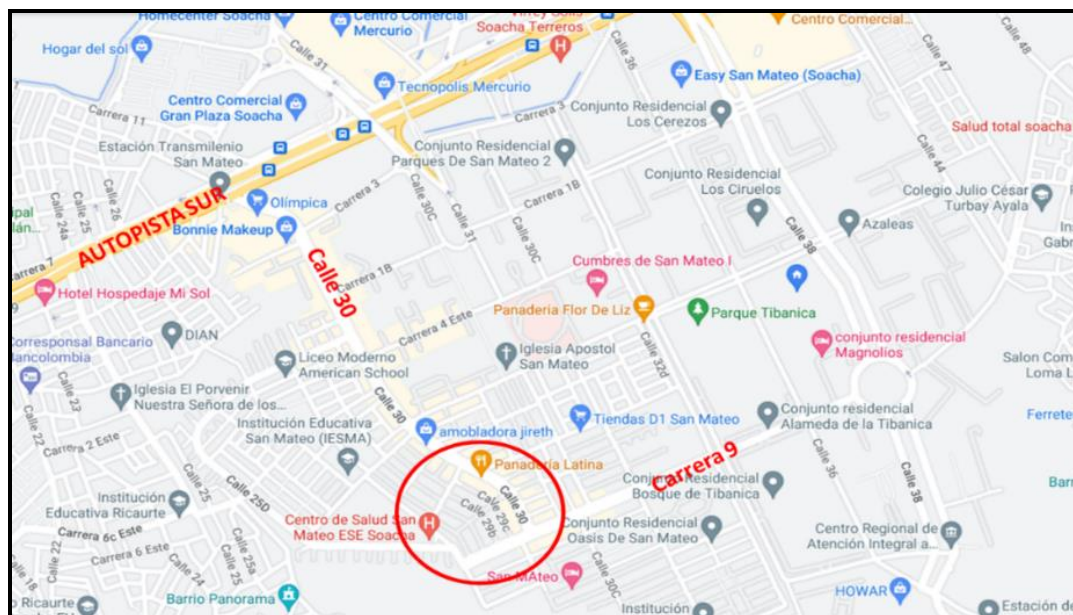


Ilustración 36. - Ubicación nuestro punto de venta desde autopista sur

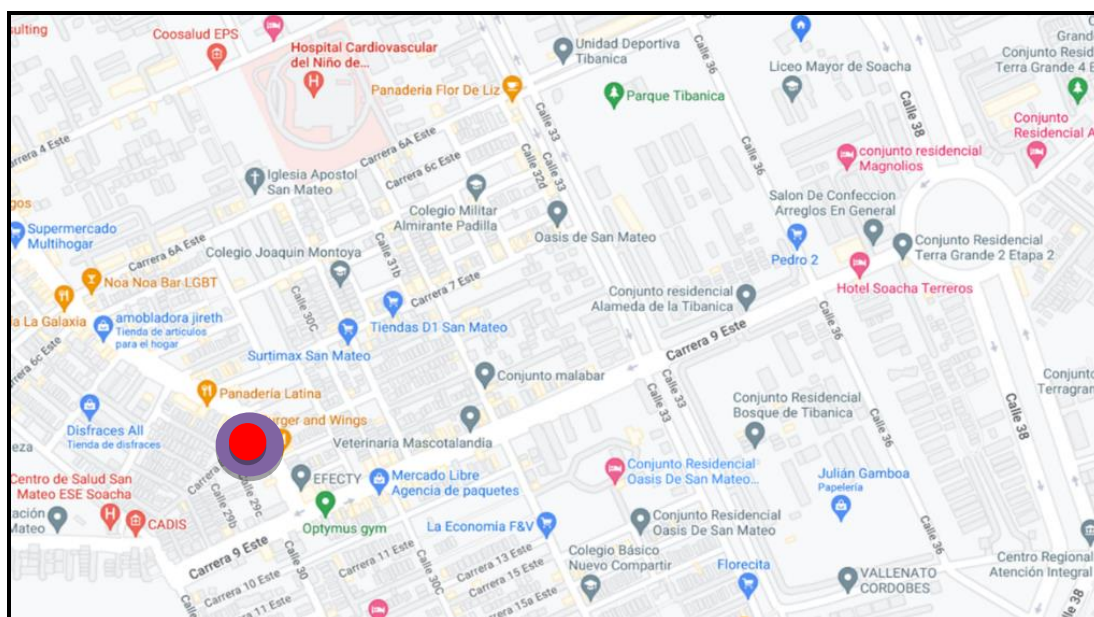


Ilustración 37. - Ubicación nuestro punto de venta dentro del sector de San Mateo

3.2 Mercado consumidor.

Luego de realizar diferentes acciones que permiten definir el mercado objetivo podemos determinar que nuestro producto va dirigido a personas jóvenes, hombres y mujeres con edades entre los 20 y 40 años habitantes de la comuna cinco (5) del municipio de Soacha

Las comidas rápidas son las que más prefieren los colombianos. Estos restaurantes están reinando cuando los consumidores del país van a salir de casa a cenar. Así lo reveló el Estudio Global de Nielsen sobre Tendencias de Comida Fuera del Hogar.

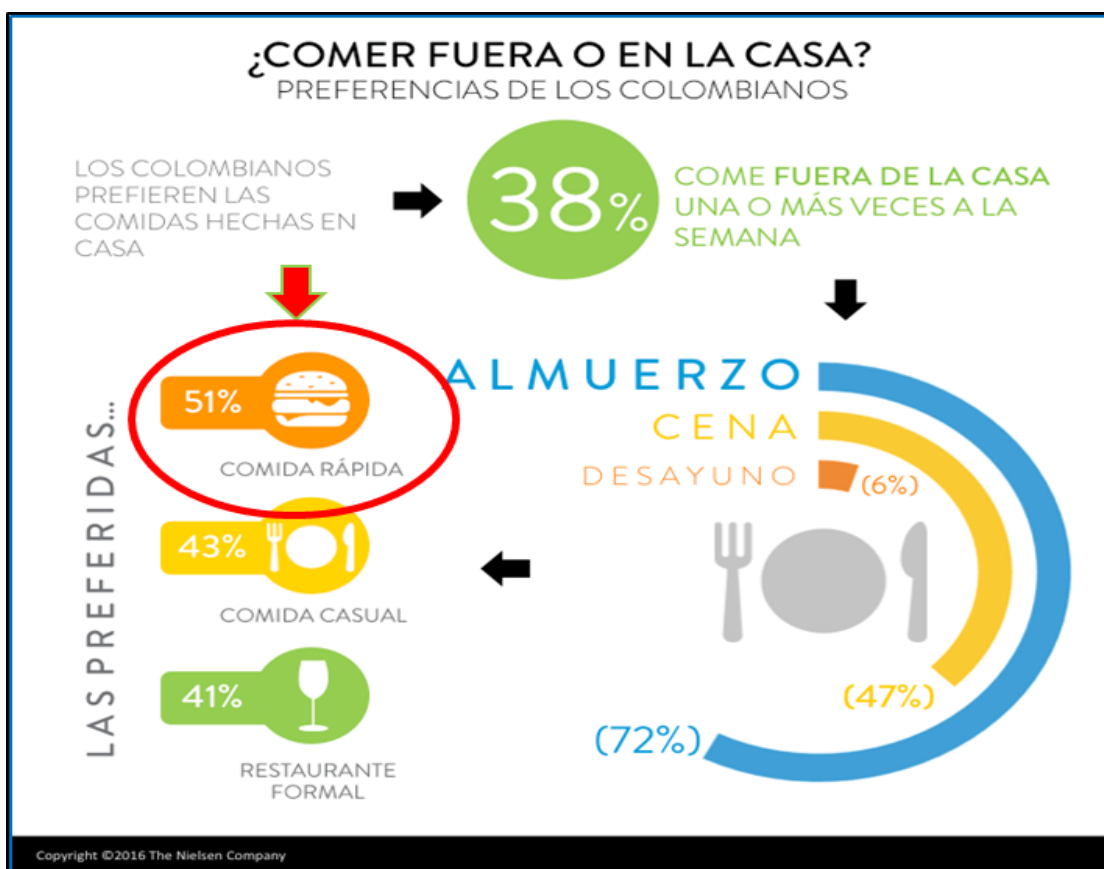


Ilustración 38. - Comer fuera o en la casa

Tomado de: <https://revistapym.com.co/las-comidas-rapidas-las-mas-consumen-los-colombianos>” *Aunque los colombianos prefieren las comidas hechas en casa, el porcentaje de comensales fuera del hogar -una o más veces por semana- está incrementando (38%), aunque es aún menor al promedio Latinoamericano (41%) y el global (48%)”, (P&m, n.d)*

De acuerdo al artículo “La arepa, en sus diferentes versiones, es típica de diversas regiones en Colombia, y la más reciente tendencia de consumo ha posicionado la arepa rellena como una nueva opción de almuerzos, equilibrada y deliciosa. *“Al combinar la arepa con un relleno que contenga los diferentes grupos alimenticios que el cuerpo necesita, ésta se convierte en un plato práctico, delicioso y completo para el almuerzo. Para lograr este objetivo, se deben incluir siempre proteínas, lácteos y verduras, además del carbohidrato que ya está representado por la harina pre-cocida de maíz de la arepa”*, puntualizó Patricia Vegas, Nutricionista de Alimentos Polar Colombia, (Caracol radio, 2016)

De esta manera, la arepa, en sus diversas presentaciones, se posiciona como una nueva y atractiva opción no solo para el desayuno sino para el almuerzo de los colombianos que cada vez más buscan alimentos sanos, equilibrados, y fáciles de preparar.

Según América RETAIL en su artículo: Estudios: La comida rápida fue la reina de los hogares en 2020 nos informa que “El 2020 fue un año inusual para todos, cambió no solo la cotidianidad de las personas, sino sus gustos y patrones de consumo. Al no poder salir de casa por el distanciamiento social decretado por las autoridades nacionales y locales, recurrieron a las plataformas de delivery para solicitar su comida a domicilio y disfrutar de sus platos favoritos, (Trocel, 2020).

Según la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, las aplicaciones que facilitan este servicio crecieron al menos un 30% en 2020. Dado el crecimiento del uso de la plataforma y de los miles de opciones gastronómicas que surgieron”.

3.3 Competencia.

En el sector se evidencia tres competidores directos de arepa rellena, dos (2) cuentan con local comercial y uno con un puesto de comida ambulante.

Tabla 7. - Productos ofrecidos por las diferentes empresas competidoras de *Typicos SantArepa*

<i>Empresa</i>	<i>Ubicación</i>	<i>Productos o Servicios que Ofrece</i>	<i>Precios</i>	<i>Medios de Difusión</i>	<i>Imagen</i>
Mis Arepitas Salseras <i>(Locales Comerciales)</i>	• Local 1 San Mateo	Arepas (12):	Costos (12)	Redes Sociales	Producto reconocido en el sector; cuentan en este momento con 3 locales
		Queso	\$ 2.800		
		Jamón y Queso	\$ 2.800		
	• Local 2 San Mateo	Con Chorizo	\$ 3.800	Facebook	
		Ranchera	\$ 8.900	Instagram	
		Carne	\$ 9.300	Twitter	
		Pollo	\$ 7.,400	WP	
		Mixta	\$ 8.300		
		Criolla	\$ 9.000	Servicio a	
	• Local 3 CC. Jardín Local 21 Ciudad Verde	Mexicana	\$ 9.200	Domicilio	
		Salsera	\$ 8.800		
		Champi Mixta	\$ 9.200		
		Fania	\$ 9.500		
		Champi Carne	\$ 10.200		
		Burger	\$ 8.000		
	Champi Pollo	\$ 8.300			
	Matancera	\$ 10.300			
	Champi Mixta	\$ 9.200			

		Mambo	\$ 10.600		
		Boogaloo	\$ 8.300		
		Ponceña	\$ 10.900		
		Combo Fania AS	\$ 30.900		
		El Gran Combo	\$ 29.600		
		Solo Chorizo	\$ 2.800		
Arepas Rellenas (Carro de comidas)	Puesto 1 San Mateo	Arepa con mantequilla	\$ 5.500	Horario de atención solo en las noches	Negocio con reconocimiento de más de 5 años en el sector.
		Arepa con Queso	\$ 6.000		
		Arepa con Chorizo	\$ 7.000		
Mi Arepita (Local Comercial)	Local 1 San Mateo	Arepa con queso	\$ 1.600	Horario de atención en las tardes-noches	Negocio con reconocimiento de más de 6 años en el sector.
		Arepa con jamón y Queso	\$2.200		
		Arepa con Huevo y Queso	\$2.600		
		Con huevo Jamón y Queso			
		Arepa Con Chorizo	\$3.000		
		Arepa con Chorizo a la BBQ maíz y queso	\$2.800		
		Arepa con chorizo La habanera	\$5.000		
		Arepa Vegetariana con huevo, jamón y queso	\$ 5.700		
		Arepa vegetariana con huevo, maíz, champiñón y queso	\$ 3.000		
		Arepa con pollo desmechado champiñón y queso	\$ 4.000		
		Arepa con pollo, maíz y queso	\$ 4.800		
		Arepa con pollo, maíz, champiñón y queso	\$ 4.800		
		Arepa Mixta, con carne, pollo, maíz, jamón y queso	\$ 5.800		
		Arepa con carne			

desmechada y queso	\$ 6.500
Arepa con carne maíz y queso	\$ 4.500
Arepa con carne desmechada maíz, champiñón y queso	\$ 5.500
Arepa La criolla	
Arepa la Paisita	\$ 6.000
Arepa la Espirituana	\$ 6.000
Arepa Burguer Carne de hamburguesa y queso	\$ 6.500
Arepa Hamburguesa a Caballo	\$ 7.000
Arepa Hamburguesa	\$ 4.000
Antojo	\$ 5.500
Arepa de Hamburguesa	
Antojo	\$ 7.000
Arepa de Hamburguesa de la casa	\$ 7.500
Arepa de Hamburguesa de la casa	\$ 7.000
Arepa de Hamburguesa La Mamarruca	\$ 7.500
Arepa de hamburguesa	
La Master	\$ 8.800
	\$ 10.500

3.3.1 Menú.

Menú ofrecido en punto de venta de Tipicos SantArepas:

Rellenas Flaquitas Típicas



Arepas

<p>Lunes-Martes...</p> <p>Cachapa.....\$3200 Arepas de choclo mezclada con queso criollo (Asada).</p> <p>Voladora.....\$2.500 Nuestra arepa Boyacense</p>	<p>Miercoles-Jueves...</p> <p>Cachapa.....\$3.200 Arepas de choclo mezclada con queso criollo (Asada).</p> <p>Cachaca.....\$2800 Arepas de peto rellena de queso doble crema (Asada).</p>	<p>Viernes-Domingo...</p> <p>Dulcinea Queso.\$3.500 Arepas de peto rellena de queso fundido tipo mozzarella (Frita).</p> <p>Dulcinea Bocadillo.\$3.900 Arepas de peto rellena de queso fundido tipo mozzarella y Bocadillo (Frita).</p> <p>Costeña.....\$3.000 Arepas de huevo.</p> <p>Costeña Recargada.\$4.600 Arepas de huevo con carne molida.</p>
--	--	---






Arepas de maíz flaquita asada...

<p>Paísa.....\$3.400 Arepas + Mantequilla + Queso + Jamón.</p> <p>Paísa de Choclo.....\$4.300 Arepas choclo + Mantequilla + Queso + Jamón.</p> <p>Monopolio.....\$3.900 Arepas + Chorizo + Limón.</p>	<p>Inolvidable.....\$4.800 Arepas de choclo + Tajada gruesa de queso criollo asado</p> <p>Tríqui.....\$7.400 Queso + Carne molida + Maíz + Salchicha + Plátano maduro.</p> <p>Yermis.....\$9.900 Queso + Pollo o Carne Desmechada + Hogao + Huevo Frito.</p> <p>Twister.....\$12.500 Arepas tipo pizza personal + Queso + Pollo o Carne desmechada + Salchicha + Tocineta + Champiñón o maíz</p>
---	--





Arepas de maíz gruesa asada...

<p>Escalera.....\$6.800 Queso + Huevos al gusto (Fritos, revueltos, pericos, rancheros)</p> <p>Tío rico.....\$13.900 Queso + Camarones + Hogao + Huevo codorniz</p> <p>Parchís.....\$ 9.000 Queso, pollo en salsa bechamel + champiñones + tocineta + orégano.</p> <p>UNO – (Vegetariana)...\$7.800 Queso + Champiñón + Maíz + Aguacate + Pico de Gallo + Hogao + Pimentón.</p>	<p>Dominó.....\$11.600 Queso + Atún en salsa showy + Maíz + vegetales (cebolla en Juliana + pimentón en Juliana).</p> <p>Rummi Q.....\$9.500 Queso + Carne desmechada + Pimentón + Cebolla + Hogao o Salsa BBQ</p> <p>JENGA-(Arepaburger)..\$9.400 Carne de hamburguesa de res o Pollo apanado + Queso + Tomate + Pico de gallo</p> <p>Golosa.....\$11.600 Queso + Pollo desmechado + Carne desmechada + Tocineta + Plátano maduro.</p>
---	---






Otras delicias...

<p>Huevos de Codorniz (6 unidades)\$4.000</p> <p>Huevos de Codorniz (10 unidades)..\$8.200</p> <p>Empanada Carne -Pollo\$2.500</p> <p>Papa Francesa (250 Grs)\$3.900</p> <p>Salchipapa (Papa -250 Grs)\$4.900</p>	<p>Salchipapa Recargada ...\$8.200</p> <p>Choripapa\$6.400</p> <p style="text-align: center;">Queso + Carne desmechada</p> <p>Choripapa Recargada ..\$10.200</p> <p style="text-align: center;">Queso + Carne desmechada</p>
---	--






Nuestros productos
Son preparados
con calidad y esmero

319 - 575 4282



Tipicos SantArepas

Ilustración 39. - Menú Tipicos SantArepas lado posterior

Las Legos

Bebidas

Ármalas como quieras y en solo tres pasos por tan solo... **\$8.200**

Paso 1

Elige (1) arepa, ya viene con una porción de queso:



Delgada
Asada de maíz con sal.



Rellena
Asada de maíz con sal para rellenar.



Integral
Asada integral.



Choclo
Asada de maíz choclo.

Paso 2

Elige una (1) proteína

**POLLO
DESMECHADO**

**CARNE
DESMECHADA**

**MIXTA
CARNE Y
POLLO**

**CARNE
MOLIDA**

CHICHARRON

Proteína adicional ...\$2.800

Paso 3

Elige dos (2) acompañamientos:

Aguacate	Champiñón	Huevo Codorniz	Maíz Tierno	2da Adición de Queso	Hogao	Chorizo	Tomate (2 rodajas)
Tocineta	Guacamole	1/2 Huevo de Gallina	Pico de Gallo	Rodajas Plátano M.	Salchicha	Jamón	Piña en Trozos

Si deseas una porción adicional te vale \$1.500... más cada porción

Frías

Jugos Naturales en agua	\$3.800
Maracuyá, Mora, Lulo, Naranja, Fresa, Guanábana y Piña	
Jugo Naturales en leche	\$4.400
Frutos Rojos, Maracuyá, Mora, Lulo, Guanábana y Fresa	
Limonada natural	\$3.000
Milo frío	\$3.300
Agua en botella	\$1.800
Gaseosa 350 ml	\$2.500
Jugo Hit 200 ml	\$1.600
Cola y Pola:	\$2.800
Cerveza	
Lata Poker - Aguila.....	\$3.600
Club Colombia -Corona	\$3.900
Gaseosa 1.5 Postobon.....	\$5.000
Cocacola.....	\$6.800

Calientes

Tinto Campesino	\$1.900
Aromática de Frutas.....	\$2.600
Café en Leche	\$2.200
Milo Caliente	\$3.400
Canelazo	\$3.500
Maracuyazo	\$4.200
Agua de Panela	\$2.300
Agua de Panela con Queso	\$3.400
Chocolate	\$2.400
Chocolate con Queso	\$4.200

Combos

Agua de Panela + Queso + Arepa Cachaca ... **\$5.900**
Chocolate + Queso + Arepa Cachaca..... **\$6.500**

Domicilios \$ 1.000

PRODUCTO PARA LLEVAR
único valor de \$1.200



@typicossantaarepa



typicos.santarepa@gmail.com

PAGOS POR:



3.4 Mercado Proveedor.

Dentro del proceso de funcionamiento debemos de analizar una serie de criterios que ayudan a escoger el mejor proveedor:

3.4.1 *Análisis del perfil:*

Se determinan las características del proveedor, cuál es su reconocimiento en el mercado, su prestigio, trayectoria, capacidad de respuesta, su cumplimiento en estándares de calidad, su ubicación geográfica y tamaño de la empresa.

3.4.2 *Referencias y clientes:*

Se solicita una opinión a un externo o cliente que haya tenido relación comercial con este proveedor, ya que es necesario conocer cuál es el prestigio que tiene este proveedor.

3.4.3 *Precio:*

Para Típicos SantArepa este criterio es de los más importantes porque el proveedor debe negociar con precios razonables, buscando economía sin perder la calidad de los productos, informar que garantías maneja, formas de pago y tipos de descuentos que ofrece.

3.4.4 *Calidad:*

La calidad del producto o insumo que se compra es fundamental ya que puede ofrecer precios bajos, pero igualmente buscamos calidad así que no es la mejor alternativa, la calidad debe ser acorde con el precio que nos ofrecen.

3.4.5 *Tecnología e infraestructura:*

Nuestros proveedores deben tener capacidad de reacción, al igual que manejar con responsabilidad sus instalaciones físicas, redes de distribución y comercialización, factores que determinan su escogencia.

3.4.6 *Postventa:*

Básicamente hablamos de garantías a corte y garantías extendidas sobre el producto comprado, su servicio posventa, su asesoría y la atención que nos ofrece como su cliente, si existe la opción de retirar, cambiar o devolver mercancías compradas.

3.4.7 *Filosofía corporativa:*

También debemos negociar con empresas o proveedores que manejen una misma o una filosofía corporativa cerca a la nuestra, como son: forma de trabajo, estándares de calidad, responsabilidad social, cumplimiento de plazos. entre otros.

3.4.8 *Nuestros proveedores.*

Se cuenta con más de 10 proveedores para realizar un surtido con una programación diaria de entrega para cada producto o insumo

PRODUCTOS	PROVEEDOR - UBICACIÓN
Carnes: (Pollo, Carne Res (Sobre-barriga), Carne molida, Tocino. Carnes: Atún	Frigorífico Guadalupe 
Verduras y Frutas	Supermercado San Mateo
Arepas y sus diferentes referencias	Surtifrver San Mateo
Arepas Típicas	Arepas El Dorado
Productos y derivados Lácteos	Varios Proveedores Municipio de Soacha
Insumos varios	Supermercado San Mateo Salsamentarias San Mateo
Eventos especiales: Celebraciones especiales	Almacenes D1 Surtimayorista municipio de Soacha Actividad desarrollada para nuestros clientes y sus familias (Cumpleaños, Grados, etc.)

Ilustración 41. - - Cuadro de proveedores de insumos y productos

3.4.8.1 Proyección de ventas.

PROYECCION DE VENTAS UNIDADES			
PRODUCTOS	2022	2023	2024
LA CACHAPA	148	1086	1433
LA CACHACA	148	1086	1433
LA PAISA	263	2176	2881
AREPA MONOPOLIO	263	2176	2881
AREPA TWISTER 1 CARNE	263	2176	2881
AREPA TWISTER 2 CARNE	263	2176	2881
AREPA TWISTER 1 POLLO	148	1086	1433
AREPA TWISTER 2 POLLO	148	1086	1433
AREPA PARCHIIS	263	2176	2881
AREPA RUMMI Q	263	2176	2881
AREPABURGUER JENGA RES	148	1086	1433
AREPA GOLOSA	411	3264	4314
LAS LEGO - ARMABLES	959	7613	10067
JNA NARANJA	816	6526	8628
JNA FRUTOS ROJOS	67	546	724
JNA MARACUYA	67	546	724
JNA LULO	67	546	724
JNA GUANABANA	148	1086	1433
JNA FRESA	67	546	724
JNA MORA	67	546	724
JNA PIÑA	148	1086	1433
JNL FRUTOS ROJOS	148	1086	1433
JNL MARACUYA	67	546	724
JNL MORA	148	1086	1433
JNL FRESA	67	546	724
JNL GUANABANA	148	1086	1433
LIMONADA NATURAL	67	546	724
MILO FRIO	148	1086	1433
CERVEZA EN LATA POKER	67	546	724
CERVEZA EN LATA CLUB COLOMBIA	67	546	724
CERVEZA EN LATA CORONA	67	546	724
GASEOSA POSTOBON 1.5 Lt	67	546	724
GASEOSA COCA - COLA 1.5 Lt	67	546	724
TOTAL UNIDADES	6257	49503	65470

Ilustración 42. - Proyección de ventas en unidades Typicos SantArepa

PRODUCTOS	2022	2023	2024
LA CACHAPA	\$ 472,320	\$ 3,830,018	\$ 5,053,789.76
LA CACHACA	\$ 413,280	\$ 3,351,266	\$ 4,422,066.04
LA PAISA	\$ 736,960	\$ 6,714,875	\$ 8,890,420.28
AREPA MONOPOLIO	\$ 1,026,480	\$ 9,352,861	\$ 12,383,085.39
AREPA TWISTER 1 CARNE	\$ 3,263,680	\$ 29,737,303	\$ 39,371,861.24
AREPA TWISTER 2 CARNE	\$ 3,263,680	\$ 29,737,303	\$ 39,371,861.24
AREPA TWISTER 1 POLLO	\$ 1,830,240	\$ 14,841,319	\$ 19,583,435.32
AREPA TWISTER 2 POLLO	\$ 1,830,240	\$ 14,841,319	\$ 19,583,435.32
AREPA PARCHIIS	\$ 2,342,480	\$ 21,343,709	\$ 28,258,835.89
AREPA RUMMI Q	\$ 2,500,400	\$ 22,782,611	\$ 30,163,925.95
AREPABURGUER JENGA RES	\$ 1,180,800	\$ 9,575,045	\$ 12,634,474.40
AREPA GOLOSA	\$ 3,943,680	\$ 34,533,642	\$ 45,642,810.24
LAS LEGO - ARMABLES	\$ 7,865,440	\$ 68,800,356	\$ 90,977,693.74
JNA NARANJA	\$ 2,936,160	\$ 25,892,297	\$ 34,232,107.68
JNA FRUTOS ROJOS	\$ 240,480	\$ 2,166,288	\$ 2,872,513.44
JNA MARACUYA	\$ 240,480	\$ 2,166,288	\$ 2,872,513.44
JNA LULO	\$ 240,480	\$ 2,166,288	\$ 2,872,513.44
JNA GUANABANA	\$ 531,360	\$ 4,308,770	\$ 5,685,513.48
JNA FRESA	\$ 240,480	\$ 2,166,288	\$ 2,872,513.44
JNA MORA	\$ 240,480	\$ 2,166,288	\$ 2,872,513.44
JNA PIÑA	\$ 531,360	\$ 4,308,770	\$ 5,685,513.48
JNL FRUTOS ROJOS	\$ 619,920	\$ 5,026,899	\$ 6,633,099.06
JNL MARACUYA	\$ 280,560	\$ 2,527,336	\$ 3,351,265.68
JNL MORA	\$ 619,920	\$ 5,026,899	\$ 6,633,099.06
JNL FRESA	\$ 280,560	\$ 2,527,336	\$ 3,351,265.68
JNL GUANABANA	\$ 619,920	\$ 5,026,899	\$ 6,633,099.06
LIMONADA NATURAL	\$ 193,720	\$ 1,745,065	\$ 2,313,969.16
MILO FRIO	\$ 487,080	\$ 3,949,706	\$ 5,211,720.69
CERVEZA EN LATA POKER	\$ 240,480	\$ 2,166,288	\$ 2,872,513.44
CERVEZA EN LATA CLUB COLOMBIA	\$ 260,520	\$ 2,346,812	\$ 3,111,889.56
CERVEZA EN LATA CORONA	\$ 260,520	\$ 2,346,812	\$ 3,111,889.56
GASEOSA POSTOBON 1.5 Lt	\$ 247,160	\$ 2,226,462	\$ 2,952,305.48
GASEOSA COCA - COLA 1.5 Lt	\$ 354,040	\$ 3,189,257	\$ 4,228,978.12
TOTAL VENTAS COP	\$ 40,335,360	\$ 352,888,673	\$ 466,708,491

Ilustración 43. - Proyección de ventas en pesos Typicos SantArepa

3.4.9 Estrategia de mercadeo.

En Tipicos SantArepa desarrollaremos diferentes estrategias que nos permitan aumentar las ventas de nuestro emprendimiento, dentro de las cuales podemos relacionar: publicidad: volantes, tarjetas, animación en punto de venta, tarjetas de promoción, redes sociales: como Facebook, WhatsApp Business e Instagram; igualmente ofreceremos servicio a domicilio, se desarrolla un trabajo de voz a voz dentro del sector y finalmente se maneja de una página en la Internet donde se describen todos los productos y servicios que se ofrecen.

3.4.10 Estrategias de venta en las redes sociales.

Manejamos una página de Facebook donde existe interactividad diaria dando a conocer los productos, sus presentaciones, promociones. la ubicación, se realizan participaciones en grupos de información y penetración en el mercado.

3.4.10.1 Página de Facebook.



Ilustración 44. - Usuario en Facebook de Tipicos SantArepa

3.4.10.2 Grupos en los que se participa activamente.

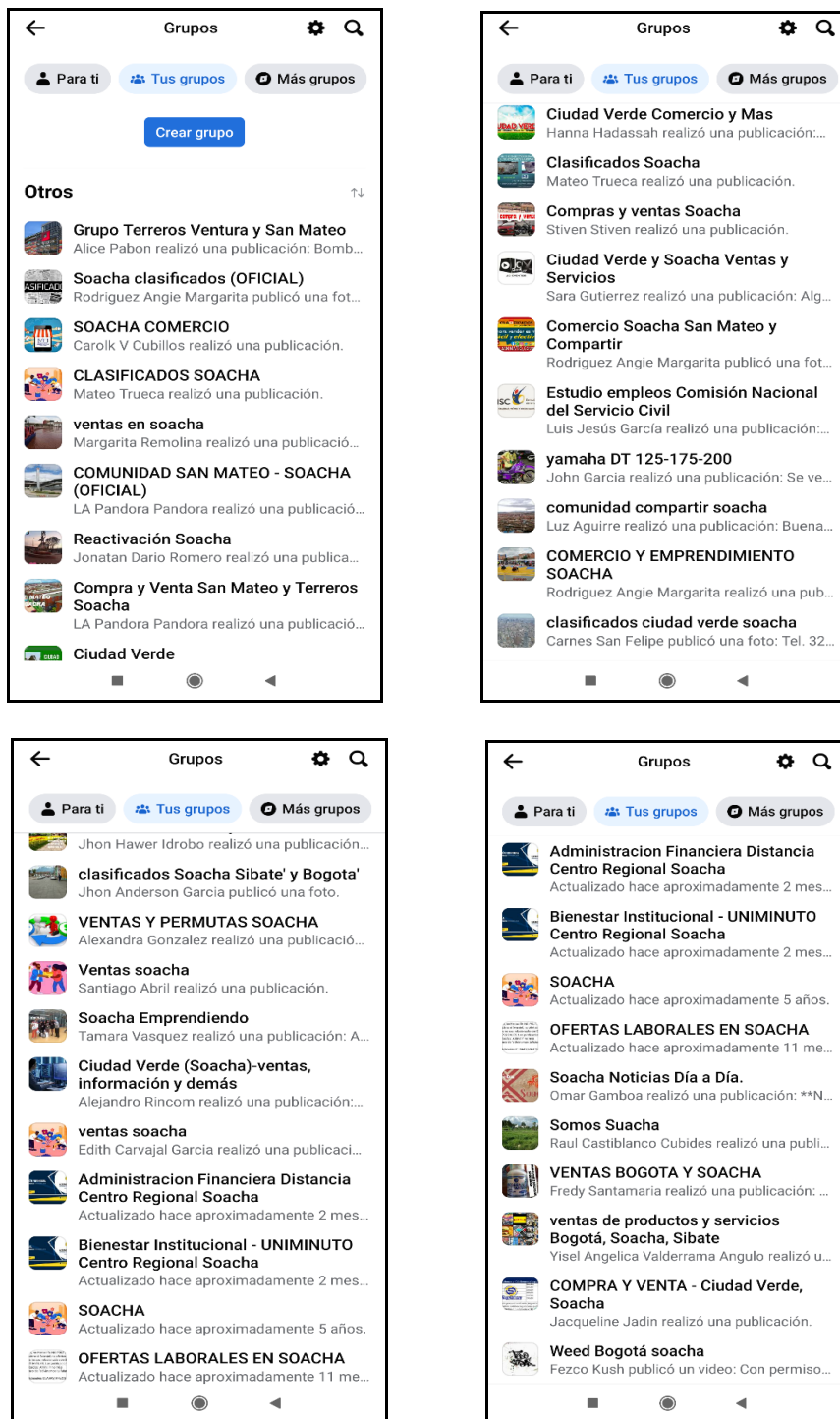


Ilustración 45. - Grupos activos en Facebook que participa Typicos SantArepa

3.4.10.3 Publicaciones Realizadas.



Ilustración 46. - Mensajes en Facebook que participa Tipicos SantArepa

Contamos con WhatsApp Business (Empresarial) donde se encuentra registrada la información del emprendimiento menú con cada uno de los productos, horarios de atención, precios, también

3.4.10.4 Presentación WhatsApp Business.



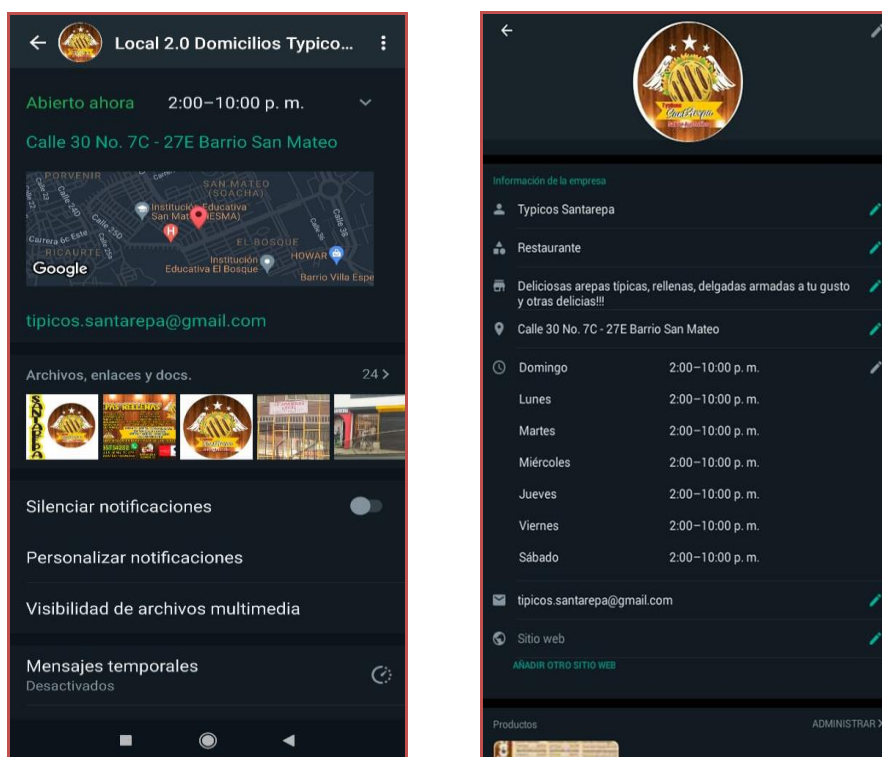


Ilustración 47. - Creación de usuario de WhatsApp Business en Tipicos Santarepa

3.4.10.5 Estrategias de venta online.

Creamos nuestro menú en “Ola Click” página donde existen más de 200 menús interactivos a nivel mundial; en esta página se encuentran discriminados cada uno de nuestros productos, su precio de venta y una sencilla presentación de los mismos, igualmente, el cliente puede realizar el pedido por este medio para ser tomado como envío a domicilio o si lo quiere el cliente puede hacer un pedido con anticipación para que al momento que llegue pueda consumirlo inmediatamente, el cliente puede navegar desde su equipo móvil o su equipo Pc.

- Página de bienvenida:

<https://arepas-rellenas-typicos-santarepa.ola.click>

- Página de productos / menú

<https://arepas-rellenas-typicos-santarepa.ola.click/products>

3.4.10.6 Versión de navegación en la página de internet.

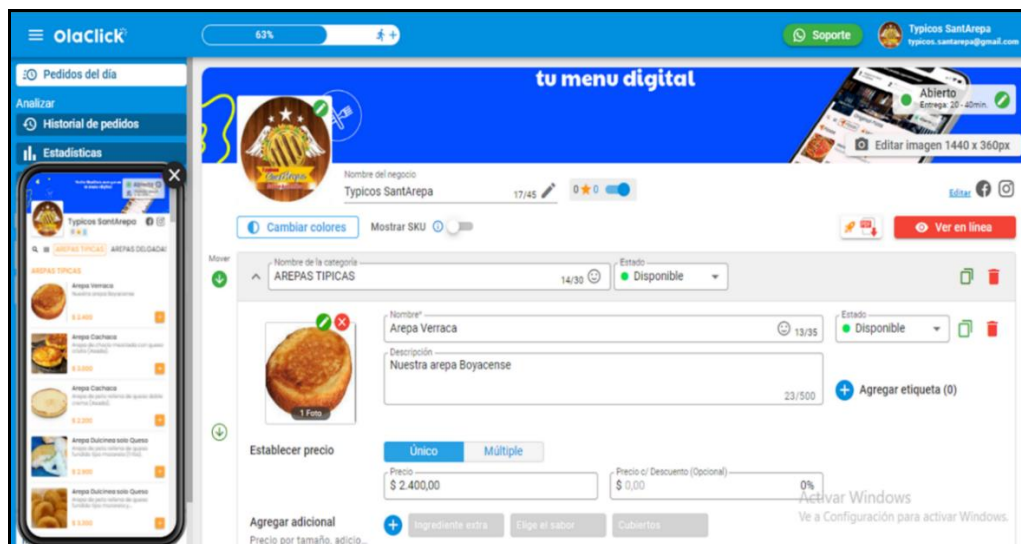


Ilustración 48. - Creación de usuario en página Typicos SantArepas

Versión de navegación desde el celular.

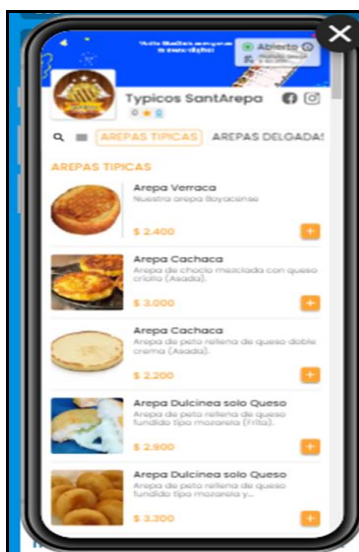



Ilustración 49. - Creación de usuario versión móvil Typicos SantArepas

3.4.10.7 Testimonios, confianza y credibilidad en redes sociales.


Luego que el cliente consuma el producto se le solicitara la colaboración para responder una encuesta de satisfacción sobre nuestro producto y nuestro servicio el cual sirve de apoyo invaluable para

realizar una autoevaluación que nos permita mejorar en cada uno de los productos, servicios y procedimientos que son ofrecidos en este emprendimiento.

A continuación, se adjunta formato de encuesta (Formularios – Google), utilizado para la recolección de información:



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN



GRACIAS POR TU AYUDA
Te aseguramos que las preguntas que contestarás a continuación, serán tomadas en cuenta para hacer de Typicos SantArepa un espacio donde puedas recibir amabilidad, buen servicio, variedad, calidad, precios justos en los productos que se te llevan a la mesa y/o a tu hogar.

Adicionalmente al mostrar que realizaste la encuesta vía WhatsApp, recibirás un producto de cortesía en tu próxima visita.

PERFIL DEL CLIENTE:

- Edad: 11 a 20 / 21 a 30 / 31 a 40 / 41 a 50 / 51 a 60 / +61
- Sexo: Hombre / Mujer / Indiferente /
- Ocupación _____
- Correo Electrónico (opcional) _____
- Numero de Celular (opcional) _____

FIDELIZACIÓN

- ¿Ha sido tu primera vez en nuestro punto de comida? Sí / No
- Que tan probable es que vuelvas
 Muy Probable Probable Poco probable No volvería, ¿Por qué? _____

INSTALACIONES:

- Los muebles y/o asientos son cómodos: Sí / No
- Las instalaciones estaban limpias Sí / No
- El tipo y el volumen de la música era correcto Sí / No
- Tuviste algún problema con el Wi-fi o la conexión Sí / No
- Has usado algún cupón de descuento u oferta especial Sí / No / Cual, _____

PRODUCTO:

- Cuál de las siguientes definiciones describe mejor su última experiencia en la compra y consumo de nuestros productos

Mi experiencia fue:	Muy Desagradable	Algo agradable	Ni Placentera, Ni agradable	Más o menos placentera	Muy Placentera
---------------------	------------------	----------------	-----------------------------	------------------------	----------------

- Como valorarías nuestra comida
 No me gustó / Mala / Ni mala, ni buena / Buena / Muy buena
- Como calificarías la variedad de opciones de nuestro menú
 Muy pocas opciones / Adecuada / Demasiadas opciones
- Te gustaría que adicionáramos otro alimento o producto _____

SERVICIO:

- ¿Teniendo en cuenta su experiencia, qué probabilidades hay de que recomiendes nuestros productos a un amigo, familiar o colega?
 Muy Probable Probable Poco probable No lo haría, ¿Por qué? _____
- El servicio que te ofrecimos fue cálido y agradable
 Sí / No / Porque: _____
- Cuál fue el producto que más te gustó: _____
- Cuál fue la proteína de tu mayor agrado _____
- Cuál fue el acompañamiento de tu mayor agrado _____
- El valor que pagó es adecuado al servicio o producto que recibió Sí / No Por qué? _____

Dirección Calle 30 No. 7C-27 E, Barrio San Mateo - Soacha, Cel.: 319 5754282

Ilustración 50. - Creación de usuario versión móvil Typicos SantArepa

4 Gestión de Operaciones

4.1 Objetivos de Producción u Operativos

Producto	Costo Variables Unit	Unid Min de venta diaria
LA CACHAPA	\$ 1,483	1
LA CACHACA	\$ 1,466	2
LA PAISA	\$ 1,169	1
AREPA MONOPOLIO	\$ 2,381	2
LA INOLVIDABLE	\$ 2,968	2
AREPA TWISTER 1 CARNE	\$ 7,712	2
AREPA TWISTER 2 CARNE	\$ 7,804	2
AREPA TWISTER 1 POLLO	\$ 5,831	1
AREPA TWISTER 2 POLLO	\$ 5,923	1
AREPA PARCHIIS	\$ 5,356	2
AREPA RUMMI Q	\$ 6,003	2
AREPABURGUER JENGA RES	\$ 3,750	1
AREPA GOLOSA	\$ 7,219	4
LAS LEGO - ARMABLES	\$ 7,255	11
JNA NARANJA	\$ 3,138	10
JNA FRUTOS ROJOS	\$ 1,440	1
JNA MARACUYA	\$ 1,189	1
JNA LULO	\$ 1,381	1
JNA GUANABANA	\$ 1,735	1
JNA FRESA	\$ 1,125	1
JNA MORA	\$ 1,445	1
JNA PIÑA	\$ 1,565	1
JNL FRUTOS ROJOS	\$ 1,895	1
JNL MARACUYA	\$ 1,643	1
JNL MORA	\$ 1,899	1
JNL FRESA	\$ 1,579	1
JNL GUANABANA	\$ 2,189	2
LIMONADA NATURAL	\$ 852	1
MILO FRIO	\$ 1,678	2
TOTAL COSTO	\$ 91,075	60

Ilustración 51. - Objetivos de Producción

4.2 Materiales Necesarios

Dentro de los materiales que son necesarios para la producción de alimentos y venta de los mismos tenemos los siguientes insumos:

INSUMOS DE PRODUCCIÓN					
No.	PRODUCTO	UBICACIÓN	SUB-PRODUCTO	UND. MED	PROVEEDOR
AREPAS TÍPICAS					
1	Arepas	San Mateo	A. Boyacense (Voladora)	Unidad	De Nuestra Tierra
2	Arepas	San Mateo	A. Peto Asada + Queso (Chachaca)	Unidad	Paola (Diego)
3	Arepas	El Altico	A. Peto Frito + Queso (Dulcinea)	Unidad	Martha Garzón
4	Arepas	El Altico	A. Peto Frito + Queso + Bocado (Dulcinea)	Unidad	Martha Garzón
5	Arepas	San Mateo	A Huevo (Costeña)	Unidad	Francisco
6	Arepas	San Mateo	A. Huevo + Carne (C. Recargada)	Unidad	Francisco
7	Arepas	San Mateo	Empanada de Carne	Unidad	Francisco
8	Arepas	San Mateo	Empanada de Pollo	Unidad	Francisco
AREPAS EL DORADO					
9	Arepas	San Mateo	Arepa Paisa Mediana (Paisa)	Paquete	El Dorado
10	Arepas	San Mateo	Arepa Queso mediana (Monopolio)	Paquete	El Dorado
11	Arepas	San Mateo	Arepa Paisa Grande (Triqui)	Paquete	El Dorado
12	Arepas	San Mateo	Arepa Paisa Oblea (Twister)	Paquete	El Dorado
13	Arepas	San Mateo	Arepa para rellenar (Lego)	Paquete	El Dorado
14	Arepas	San Mateo	Arepa Integral (Lego)	Paquete	El Dorado
proteínas - CARNES					
15	Carnes	San Mateo	Falda / Sobrebarriga - Carne desmechada	Libra	Carnes Marbella
16	Carnes	San Mateo	Pechuga - Pollo Desmechado	Libra	Carnes Marbella
17	Carnes	San Mateo	Carne Molida	Libra	Carnes Marbella
18	Carnes	San Mateo	Tocino / Chicharrón	Libra	Carnes Marbella
ACOMPAÑAMIENTOS Y BASES					
19	Acompañantes	San Mateo	Atún (Lomitos 175 Dren/ 115 Neto gr)	Lata	Supermercado ???
20	Acompañantes	San Mateo	Camarón Tití / Tigre	Pqte x Lb	Salsamentaria Magnolios
21	Acompañantes	San Mateo	Carne Hamburguesa pollo apanado	Unidad	
22	Acompañantes	San Mateo	Carne Hamburguesa Res	Unidad	
23	Acompañantes	San Mateo	Champiñones en pepa	Libra	Salsamentaria
24	Acompañantes	San Mateo	Chorizo Precocido de Cerdo	X 30 und	Yacota - Frigorifico
25	Acompañantes	San Mateo	Harina Maiz Arepa Choclo	Paqte x Lb	Supermercado
26	Acompañantes	San Mateo	Huevo de codorniz	Und	Salsamentaria
27	Acompañantes	San Mateo	Huevo de Gallina	Cubeta x 30	Supermercado
28	Acompañantes	San Mateo	Jamón Corriente	Kilo	Salsamentaria
29	Acompañantes	San Mateo	Maíz tierno - Precocido	Kilo	Salsamentaria
30	Acompañantes	San Mateo	Papa a la Francesa	5 lb	Salsamentaria
31	Acompañantes	San Mateo	Piña en trozos	Gramos	Salsamentaria
32	Acompañantes	San Mateo	Queso Criollo	Bloque	Salsamentaria
33	Acompañantes	San Mateo	Queso Doble Crema Tajado	Bloque	Salsamentaria
34	Acompañantes	San Mateo	Salchicha Manguera Mt	Pqte 8 Und	Yacota - Frigorifico
35	Acompañantes	San Mateo	Tocineta tajada x 500 Grs	Pqte 500 gr	Yacota - Frigorifico
CONDIMENTOS E INSUMOS					
36	Insumos	San Mateo	Aceite de cocina	3000 MI	Almacen D1
37	Insumos	San Mateo	Margarina Suave	Libra	Almacen D1
38	Insumos	San Mateo	Mantequilla (Arepa Cachaca)	Libra	Almacen D1
39	Condimentos	San Mateo	Sal	Libra	Almacen D1
40	Condimentos	San Mateo	Paprika	P x 28 gr	Almacen D1
41	Condimentos	San Mateo	Pimienta Negra en polvo x 45	P x 28 gr	Almacen D1
42	Condimentos	San Mateo	Laurel Picado	P 40 Grs	Almacen D1
43	Condimentos	San Mateo	Tomillo picado	P 40 Grs	Almacen D1
44	Condimentos	San Mateo	Oregano	X 20 gr	Almacen D1
45	Condimentos	San Mateo	Color	X 20 gr	Almacen D1

Ilustración 52. - Insumos de producción (1/3)

No.	PRODUCTO	UBICACIÓN	SUB-PRODUCTO	UND. MED	PROVEEDOR
VERDURAS					
46	Verdura	San Mateo	Aguacate (Para Guacamole)	Unidad	Surtifruver San mateo
47	Verdura	San Mateo	Aguacate (Para acompañamiento Tajado)	Unidad	Surtifruver San mateo
48	Verdura	San Mateo	Tomate Larga Vida (Hogao)	10 und	Surtifruver San mateo
49	Verdura	San Mateo	Tomate Larga Vida (Lego)	3 und	Surtifruver San mateo
50	Verdura	San Mateo	Tomate Larga Vida (Pico Gallo)	3 und	Surtifruver San mateo
51	Verdura	San Mateo	Tomate chonto (Salsa Carnes)	6 und	Surtifruver San mateo
52	Verdura	San Mateo	Cebolla cabezona grande (Hogao)	10 und	Surtifruver San mateo
53	Verdura	San Mateo	Cebolla Cabezona (Pico Gallo)	3 und	Surtifruver San mateo
54	Verdura	San Mateo	Cilantro (Pico Gallo)	Atado	Surtifruver San mateo
55	Verdura	San Mateo	Plátano Maduro	Unidad	Surtifruver San mateo
56	Verdura	San Mateo	Pimentón Largo (Rummi Q.)	Unidad	Surtifruver San mateo
57	Verdura	San Mateo	Manzana para Aromáticas	Und	Surtifruver San mateo
58	Verdura	San Mateo	Cebolla Larga	Libra	Surtifruver San mateo
SALSAS					
59	Salsas	San Mateo	Salsa Bechamell - Sobre	X 50 gr	Almacen D1
60	Salsas	San Mateo	Salsa BBQ	550 gr	Almacen D1
61	Salsas	San Mateo	Salsa de tomate	4.200 gr	Almacen D1
62	Salsas	San Mateo	Salsa Rosada	1.000 gr	Almacen D1
63	Salsas	San Mateo	Salsa Showy	200 gr	Almacen D1
64	Salsas	San Mateo	Salsa Tártara	200 gr	Almacen D1
65	Salsas	San Mateo	Salsa Cheddar	200 gr	Almacen D1
66	Salsas	San Mateo	Salsa de Piña	200 gr	Almacen D1
67	Salsas	San Mateo	Salsa de Maiz	200 gr	Almacen D1
BEBIDAS - CALIENTES					
68	Insumos	San Mateo	Café molido	350 gr	Almacen D1
69	Insumos	San Mateo	Café instantaneo	500 gr	Almacen D1
70	Insumos	San Mateo	Chocolate	Libra	Almacen D1
71	Insumos	San Mateo	Milo	600 gr	Almacen D1
72	Insumos	San Mateo	Azucar refinada	2,5 kl	Almacen D1
73	Insumos	San Mateo	Panela en pastillas x 1000 gr	Pastillas	Almacen D1
74	Insumos	San Mateo	Leche deslactosada	900 MI	Almacen D1
75	Insumos	San Mateo	Canela en Astilla	X 20 gr	Almacen D1
76	Insumos	San Mateo	Leche Condensada	20 gr	Almacen D1
77	Insumos	San Mateo	Azucar x Sachets	Sachets	Almacen D1
78	Insumos	San Mateo	Azucar Morena x Sachets	Sachets	Almacen D1
79	Insumos	San Mateo	Panela x Sachets	Sachets	Almacen D1

Ilustración 53. - Insumos de producción (2/3)

INSUMOS DE PRODUCCIÓN					
No.	PRODUCTO	UBICACIÓN	SUB-PRODUCTO	UND. MED	PROVEEDOR
BEBIDAS - FRIAS					
80	Bebidas Frias	San Mateo	Maracuyá	Libra	Surtifruver San Mateo
81	Bebidas Frias	San Mateo	Lulo	Libra	Surtifruver San Mateo
82	Bebidas Frias	San Mateo	Mora	Libra	Surtifruver San Mateo
83	Bebidas Frias	San Mateo	Piña	Libra	Surtifruver San Mateo
84	Bebidas Frias	San Mateo	Fresa	Libra	Surtifruver San Mateo
85	Bebidas Frias	San Mateo	Limon	Und	Surtifruver San Mateo
86	Bebidas Frias	San Mateo	Mango	Libra	Surtifruver San Mateo
87	Bebidas Frias	San Mateo	Naranja	Und	Surtifruver San Mateo
88	Bebidas Frias	San Mateo	Guanabana	Pulpa X Lb	Surtifruver San Mateo
89	Bebidas Frias	San Mateo	Agraz	125 grs	Surtifruver San Mateo
90	Bebidas Frias	San Mateo	Agua botellón	Botellón	Deposito ???
91	Bebidas Frias	San Mateo	Agua botella	Paca x 24	Deposito ???
92	Bebidas Frias	San Mateo	Aguardiente	300 ml	Deposito ???
93	Bebidas Frias	San Mateo	Jugos Hit - Caja Pequeña	Paca x 24	Deposito ???
94	Bebidas Frias	San Mateo	Cerveza Poker	Six Pack	Deposito ???
95	Bebidas Frias	San Mateo	Cerveza Heineken	Six Pack	Deposito ???
96	Bebidas Frias	San Mateo	Cerveza Aguila	Six Pack	Deposito ???
97	Bebidas Frias	San Mateo	Cerveza Club Colombia	Six Pack	Deposito ???
98	Bebidas Frias	San Mateo	Cerveza Corona	Six Pack	Deposito ???
99	Bebidas Frias	San Mateo	Cerveza Costeña Bacana	Six Pack	Deposito ???
100	Bebidas Frias	San Mateo	Cola y Pola	Lata	Deposito ???
101	Bebidas Frias	San Mateo	Gaseosa Postobon	Canasta	Deposito ???
102	Bebidas Frias	San Mateo	Gaseosa Coca Cola	Canasta	Deposito ???
103	Bebidas Frias	San Mateo	Gaseosa Coca Cola Familiar 1.5	1500 cc	Deposito ???
104	Bebidas Frias	San Mateo	Gaseosa Postobón Familiar 1.5	1500 cc	Deposito ???
DESECHABLES					
105	Desechables	San Mateo	Cucharas para aromaticas	Pqte x 100	Almacen D1
106	Desechables	San Mateo	Pitillos Jugos	Pqte x 25	Almacen D1
107	Desechables	San Mateo	Mezcladores	Pqte x 100	Almacen D1
108	Desechables	San Mateo	Servilletas	Pqte x 180	Almacen D1
109	Desechables	San Mateo	Caja empaque para arepas flacas	Pqte x 100	Almacen D1
110	Desechables	San Mateo	Vaso desechable	Pqte x 25	Almacen D1
111	Desechables	San Mateo	Portarepas	Und	Supermercado
112	Desechables	San Mateo	Bolsa 23 cm x L29 aluminio	Pqte x 100	Desechables
113	Desechables	San Mateo	Bolsa Negra de basura	Pqte x 100	Almacen D1
114	Desechables	San Mateo	Bolsa para porcionar	Pqte x 100	Almacen D1
115	Desechables	San Mateo	Bolsa roja de basura baño	Pqte x 100	Almacen D1
116	Desechables	San Mateo	Bolsa blanca de kilo	Pqte x 100	Almacen D1
117	Desechables	San Mateo	Bolsa Blanca de 3 kilos	Pqte x 100	Almacen D1
ASEO - OTROS - VARIOS					
118	Aseo y otros	San Mateo	Jabon Liquido de manos Sobre	250 ml	Supermercado
119	Aseo y otros	San Mateo	Jabon lavalozas x 450 gr	450	Supermercado
120	Aseo y otros	San Mateo	Jabon en polvo	1000	Supermercado
121	Aseo y otros	San Mateo	Toallas de mano x 50 hojas	Paquete	Supermercado
122	Aseo y otros	San Mateo	Papel Higienico x 16 Und	Und	Supermercado
123	Aseo y otros	San Mateo	Vinipel x 50 metros	Metros	Supermercado
124	Aseo y otros	San Mateo	Cargador de encendedor - Gas	Und	Supermercado

Ilustración 54. - Insumos de producción (3/3)

4.3 Capacidad de Producción / prestación del servicio

	8 horas	8 horas	8 horas	8 horas	8 horas	8 horas	8 horas
<i>Empleado 1</i>	<i>dia 1</i>	<i>dia 2</i>	<i>dia 3</i>	<i>dia 4</i>	<i>dia 5</i>	<i>dia 6</i>	<i>dia 7</i>
1	11	11	11	11	11	11	11
2	11	11	11	11	11	11	11
3	11	11	11	11	11	11	11
4	11	11	11	11	11	11	11
5	DESCANSO						
6	11	11	11	11	11	11	11
7	11	11	11	11	11	11	11
8	11	11	11	11	11	11	11
TOTAL DIA	77	77	77	77	77	77	77
TOTAL SEMANA							539

Ilustración 55. - Capacidad de producción persona por día

De acuerdo a la cantidad de equipos de cocina que tenemos la capacidad de producción es de 5 arepas por hora, para una cantidad de 35 unidades al día y 245 arepas en la semana y 1050 unidades al mes.

4.4 Activos Fijos

PRODUCTO	UNID COMPRA	COSTO TOTAL
Licadora Black and Decker	1	\$ 114,836
Nevera Negra Mate MABE RMP 400 FICG	1	\$ 1,380,000
Nevera Negra Mate MABE RMP 400 FICG (Transporte)	1	\$ 35,000
Gramera Bernalo Acero inoxidable 5 k	1	\$ 52,900
Estufa de trabajo (4 ptos - Plancha, BBQ, Freidor, Cacerola)	1	\$ 700,000
Mesa de trabajo	1	\$ 200,000
Horno Electrico Black and Decker	1	\$ 264,900
Olla a Presión Kalley 6 litros	1	\$ 90,000
Manguera Certificada Gas	1	\$ 24,000
Vitrina Caliente	1	\$ 150,000
	TOTAL	\$ 3,011,636

Ilustración 56. - Activos fijos Tipicos SantArepas

El total de activos fijos es de \$ 3.011.636

4.5 Diseño del Proceso de producción / prestación del servicio

Los procesos de producción que se desarrollan dentro de nuestro emprendimiento Tipicos SantArepa son tres (3), Almacén / Compras, Producción y Servicio, los cuales podemos observar, así:

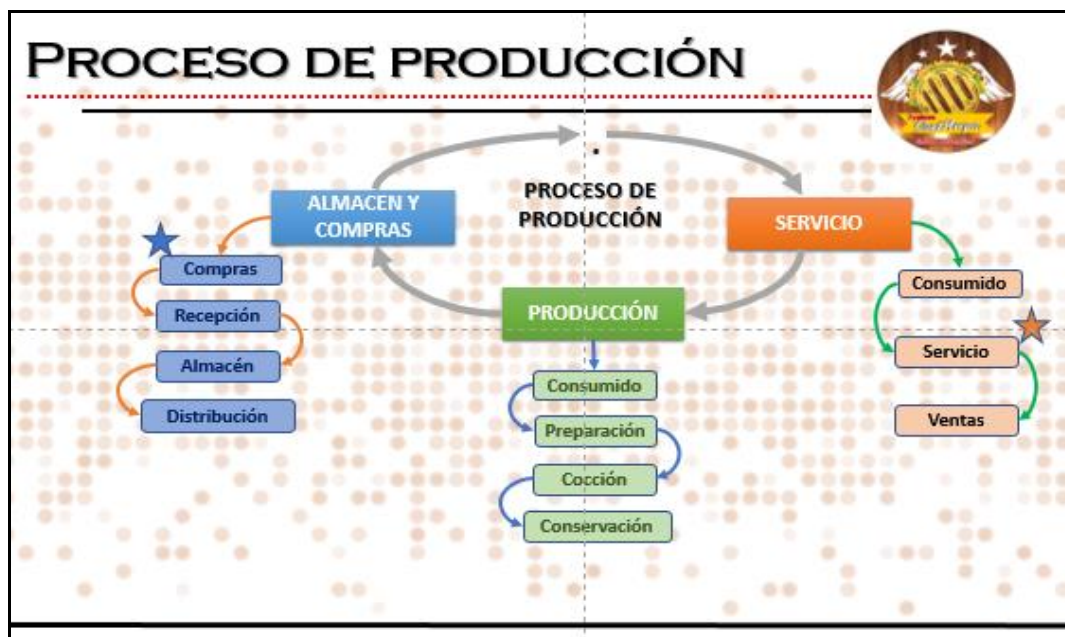


Ilustración 57. - Procesos de producción Tipicos SantArepa



Ilustración 58. - Proceso de compras Tipicos SantArepa



Ilustración 59. - Proceso de atención al cliente Tipicos SantArepa

4.5.1 Recetas y preparaciones de productos.

Adicionalmente adjunto las la recetas y preparaciones que ofrecemos en Tipicos SantArepa:

AREPAS DELGADAS

<p>PAISA (Asada)</p>  <p>Arepa Paisa Mediana * (Proveedor)</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) Tajada Queso + (1) Jamón + (1) Porción Mantequilla 	<p>PAISA CHOCLO (Asada)</p>  <p>Arepa de Choclo</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Harina Maiz - 50 gr ▪ Margarina - 6 gr ▪ Queso Criollo - 50gr ▪ Leche - 50 ml <ul style="list-style-type: none"> (1) Tajada Queso + (1) Jamón + (1) Mantequilla +
--	--

AREPAS DELGADAS

<p>MONOPOLIO (Asada)</p>  <p>Arepa Paisa Mediana "El Dorado"</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) Chorizo Frito "Yacota" (1) Limón (Medio) 	<p>INOLVIDABLE (Asada)</p>  <ul style="list-style-type: none"> (50 gr. Harina de Maiz + (3 gr. Margarina + (50 gr. Queso Criollo + (50 ml. Leche + (80 gr. Tajada Queso.
--	---

AREPAS DELGADAS

 <h3 style="color: red;">TRIQUI</h3> <p style="text-align: right; color: red;">(Asada)</p>  <p>Arepa Paisa Grande (1) Porc. Mantequilla (1) Taj. Queso DC + (80) Gr. Carne molida + Salsa (40) Gr. Maíz Tierno + (1) Und. Salchicha Rodajas (5) Porc. Plátano maduro +</p>	 <h3 style="color: red;">YERMIS</h3> <p style="text-align: right; color: red;">(Asada)</p>  <p>Arepa Paisa Grande (1) Porc. Mantequilla + (1) Taj. Queso DC + (80) Gr. Carne o Pollo Desmechado + Salsa (1) Porc. Hogao + (1) Porc. Huevo Frito.</p>
---	---

AREPAS DELGADAS

 <h3 style="color: red;">TWISTER</h3> <p style="text-align: right; color: red;">(Asada)</p>  	<p>Arepa Paisa Oblea (1) Porc. Salsa de Tomate + (3) Tajadas Queso Doble C + (80) Gr. Carne o Pollo Desm. (1) Und. Salchicha - trozos (25) gr. Tocineta frita - trozos (40) gr. Maíz o (20) gr. Champiñón salteados en mantequilla. (1) Pizca De Orégano</p>
--	---

AREPAS RELLENAS

 <h3 style="color: green;">ESCALERA</h3> <p style="text-align: right; color: green;">(Asada)</p>  <p>Arepa para Rellenar (1) Tajada Queso DC + (1) Porc. Mantequilla + Sal (2) Und. Huevos al gusto: * Fritos *Revueltos * Pericos: (Cebolla + Tomate) * Rancheros: (1) Und Salchicha (40) Gr. Maíz dulce.</p>	 <h3 style="color: green;">TIO RICO</h3> <p style="text-align: right; color: green;">(Asada)</p>  <p>Arepa para Rellenar (1) Tajada Queso DC + (1) Porc. Mantequilla + Sal + (300) Gr. Camarón salteado en mantequilla con hogao + (3) Porc. Huevos Codorniz (1) Porción Aguacate.</p>
---	--

AREPAS RELLENAS

 <h3 style="color: green;">PARCHIS</h3> <p style="text-align: right; color: green;">(Asada)</p>  <p>Arepa para Rellenar (1) Tajada Queso DC + (1) Porc. Mantequilla + Sal + (80) gr. Pollo + S. Bechamel (1) Pisca de orégano + (1) tajada Tocineta + (20) gr. Champiñón.</p>	 <h3 style="color: green;">UNO</h3> <p style="text-align: right; color: green;">(Asada)</p>  <p>Arepa para Rellenar (1) Tajada Queso DC + (1) Porc. Mantequilla + Sal + (20) Gr. Champiñón + (40) Gr. Maíz Tierno + (1) Porc. Aguacate + (1) Porc. Pico de Gallo + (1) Tajada Hogao + (1) Porc. Pimentón.</p>
--	---

AREPAS RELLENAS

 <h3 style="color: green;">DOMINO</h3> <p style="text-align: right; color: green;">(Asada)</p>  <p>Arepa para Rellenar (1) Tajada Queso DC + (175) Gr. Atún + Showy (1) Porc. Vegetales Juliana: *Pimentón *Maíz *Cebolla (1) Porc. Mantequilla + sal.</p>	 <h3 style="color: green;">RUMMI Q.</h3> <p style="text-align: right; color: green;">(Asada)</p>  <p>Arepa para Rellenar (1) Tajada Queso DC + (80) gr. Carne desmechada + (1) Porc. Pimentón en julianas (1) Porc. Cebolla en julianas Salteados en salsa BBQ. (1) Porc. Mantequilla + sal.</p>
--	---

AREPAS RELLENAS

 <h3 style="color: green;">JENGA</h3> <p style="text-align: right; color: green;">(Arepa-Burguer)</p> <p style="text-align: right; color: green;">(Asada)</p>  <p>Arepa para Rellenar (1) Tajada Queso Doble C + Op. 1: (1) Carne Res Asada Frita Op. 2: (1) Pollo Apanado Frito. (2) Rodajas Tomates + (1) Tajada Jamón + (1) Porc. Pico de gallo: + (Cilantro, sal, pimienta) (1) Porc. Mantequilla + sal.</p>	 <h3 style="color: green;">GOLOSA</h3> <p style="text-align: right; color: green;">(Asada)</p>  <p>Arepa para Rellenar (1) Tajada Queso Doble C + (40) gr. Carne desmechada + (80) gr. Pollo desmechado + (1) Porc. Pimentón en julianas (1) Porc. Cebolla en julianas Salteados en salsa BBQ. (1) Porc. Mantequilla + sal.</p>
---	--

Lego

Paso 1: Escogen un tipo de arepa:

1 DELGADA (Asada)		Arepa Paisa Mediana "El Dorado"
2 RELLENA (Asada)		Arepa para Rellenar "El Dorado"
3 INTEGRAL (Asada)		Arepa Integral "El Dorado"
4 CHOCLO (Asada)		Arepa de Choclo "Typicos SantArepa"

Lego

Paso 2: Escogen un acompañamiento:

Diagram illustrating accompaniment options with weights:

- POLLO DESME. (80) Gr.
- CARNE DESME. (80) Gr.
- CARNE MOLIDA (80) Gr.
- CHICHARRON (80) Gr.
- MIXTA DESME. (40) y (40)

Lego... Porciones

Paso 3: Se elige (2) Dos acompañamientos:

PRODUCTO	PRESENTACIÓN
Aguacate	4 rodajas
Champiñón	1 o 1½ Und.
Huevo Codorniz	2 Unid Cocidos
Maíz Tierno	40 gramos
Queso DC	1 Tajada
Hogao	Mezcla Tomate + Cebolla + Color + Mantequilla + Sal + Pimienta
Chorizo	5 rodajas
Tomate	50 gramos

Lego - Porciones

Paso 3: Se elige (2) Dos acompañamientos:

PRODUCTO	PESO
Tocineta	Tiras o cuadritos
Guacamole	Aguacate + Pico de Gallo
Huevo de gallina	1 Und tajado
Pico de Gallo	Mezcla Tomate + Cebolla Cocida + Sal + Cilantro + Gotas de limón + Pimienta.
Plátano	5 Und en rodajas
Salchicha	1 Und en trozos
Jamón	1 lamina Tajado
Piña	Porción 40 gr.

Ilustración 60. - Preparaciones de cada producto en Typicos SantArepa

4.6 Distribución de planta

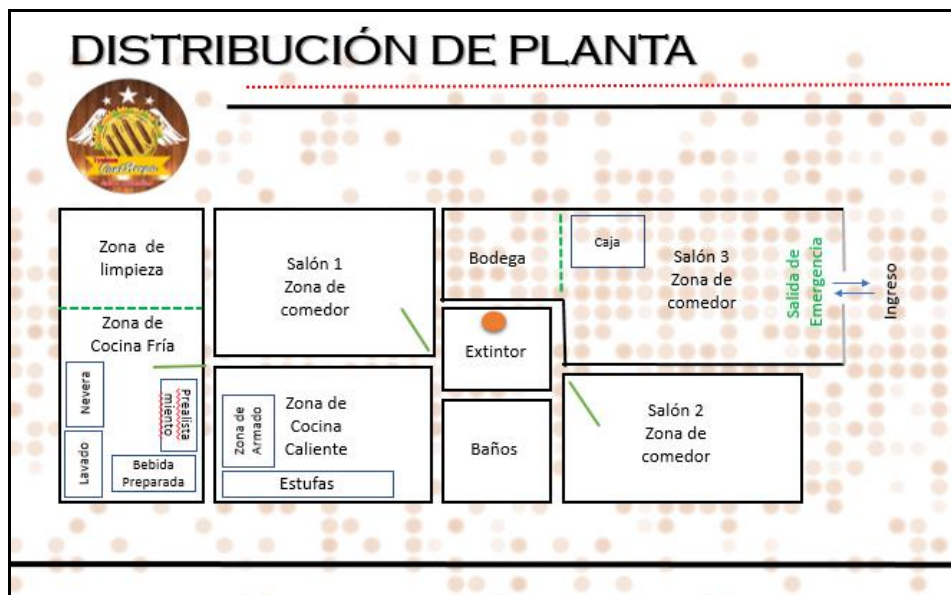


Ilustración 61. - Plano y distribución punto de venta Tipicos SantArepá



Ilustración 62. - Antes y después imagen frontal punto de venta Tipicos SantArepá

4.7 Localización

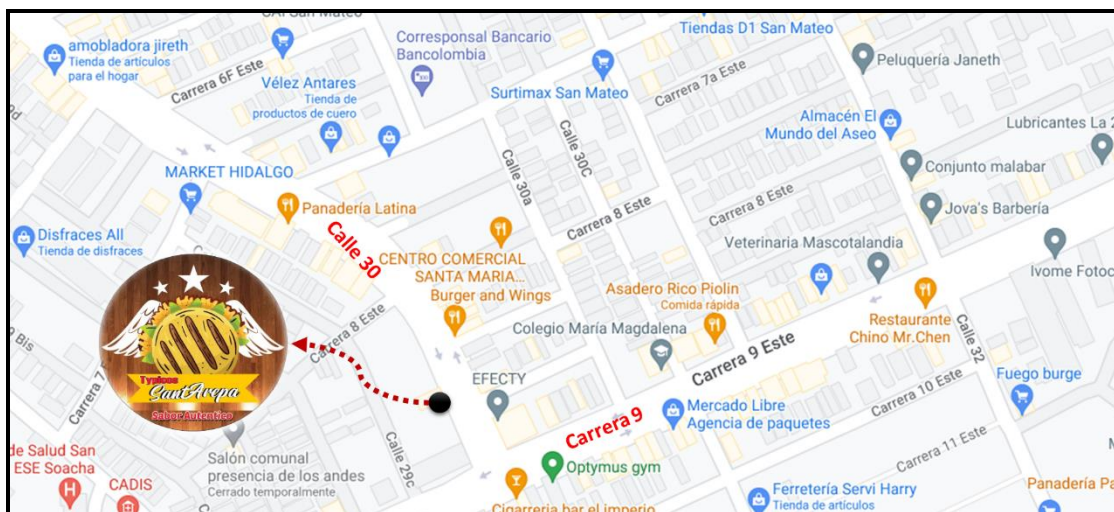


Ilustración 63. - Localización punto de venta, intersección calle 30 con carrera 9na

El punto de venta se encuentra ubicado en el sector de San Mateo sobre la vía principal de acceso (Calle 30), la cual es una vía vital de comunicación, muy transitada por los habitantes del sector, este sector y específicamente en esta cuadra, cuenta con más de 20 negocios entre los que se destacan un supermercado, un fruver, un punto de venta de pollo y una carnicería, una droguería, un punto de venta de limpieza y maquillaje de mujer, dos bares, una barbería, un local de fotografía, a puntos de arreglos de motos, y otro de adecuaciones de motos, dos puntos de revisión y mantenimiento de equipos de televisión, 2 locales de venta y reparación de celulares, una vidriería, un punto de venta de acuarios y pescados mascotas, un punto de comidas de hamburguesas, uno de venta de crepes, uno de venta de comida mexicana y otro de arroz chino, también venta de comida para perros. Punto de pago de servicios públicos y juegos de azar.

No existe competencia de venta de arepas cerca al punto de venta el primero está a 4 (cuatro) cuadras sobre la misma vía principal del barrio San Mateo y el segundo está a 6 (seis) cuadras.

Existe la opción de tener cerca salsamentarías con quienes me puedo surtir de insumos necesarios para la venta de mis productos preparados.

4.8 Buenas Prácticas

Nuestros productos son preparados con los máximos protocolos y estándares de bioseguridad, al igual que la máxima implementación de buenas prácticas de manufacturas, cumpliendo con la normatividad exigida por el gobierno nacional:

- Decreto 3075 de 1997.
- Ley 9 de 1979.
- Resolución 765 de 2010.

5 Gestión Organizacional

5.1 Estructura Organizacional

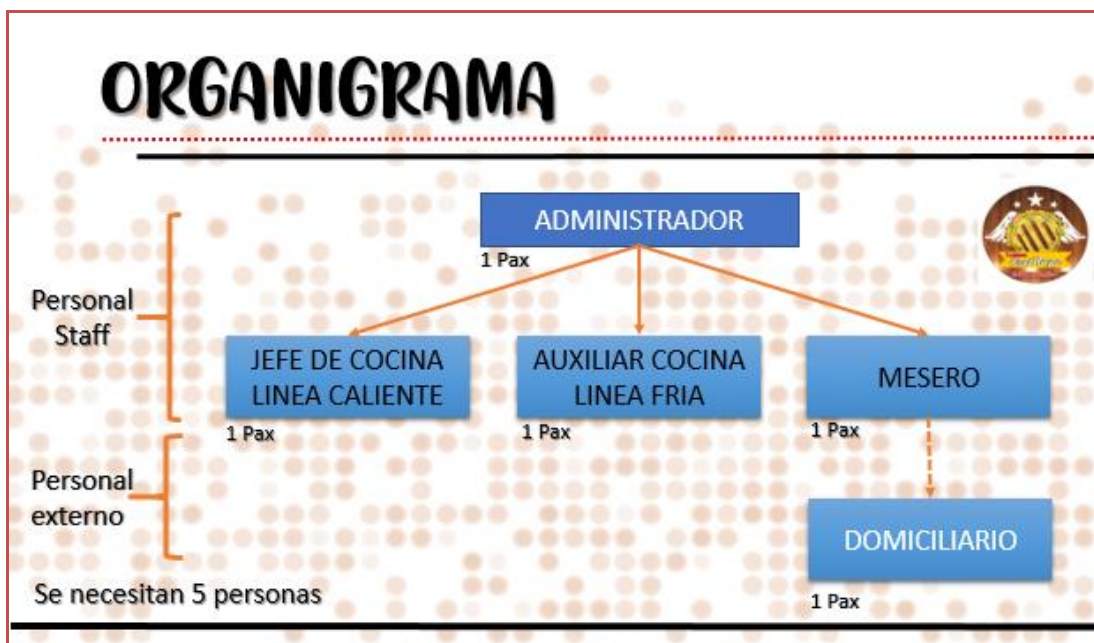


Ilustración 64. - Organigrama general Typicos SantArepa

Esta estructura está dada para ser aplicada luego de alcanzar el punto de equilibrio en el tercer mes, ya que inicialmente dentro de Typicos SantArepa se trabajará con dos (2) personas bases: jefe de cocina línea caliente y auxiliar de cocina de línea fría pagando turnos diariamente.

5.2 Funciones de los cargos

5.2.1 Propietario Administrador punto de venta (1 Persona)

Su misión es llevar a cabo las acciones necesarias para el logro de metas y de objetivos de venta que se puedan establecer mes a mes.

Los objetivos de este cargo son:

- Hacer cumplir el logro de objetivos del emprendimiento que puedan garantizar ventas claras y mejore la atención a proveedores y clientes del punto de venta; Igualmente es el encargado de organizar, planear, ejecutar, controlar y evaluar el tema logístico, técnico y el recurso humano.

Dentro de las tareas generales podemos relacionar las siguientes:

- Atender y resolver reclamos de los consumidores y clientes.
- Manejar, construir y realizar la solicitud de mercancías, manejando un inventario claro, corto y real la organización del producto e insumos adquiridos.
- Alimentar con información diaria los informes de volúmenes de ventas, rotación de mercancías, supervisando y manejando el personal.
- Todas las demás funciones que sean del diario desarrollo del punto de venta.

5.2.2 Jefe de Cocina Línea Caliente (Inicialmente 1 persona)

Se encarga de asar, preparar, y armar cada una de los productos calientes (arepas) solicitados por los clientes, debe contar con su carnet de manipulación de alimentos para desarrollar cada una de estas actividades.

Su función es:

- Realizar la preparación de alimentos calientes que salen para la venta.
- Verificar y confirmar la existencia diaria de diferentes productos, el buen estado de los alimentos que se manejen en el punto de venta.

- Estar atento que se realice la cocción de los alimentos según el tiempo, cantidad y aspecto para salir a la mesa.
- Verifica que se cumpla cada una de las normas de higiene que se deben tener en cuenta por él y el del personal a cargo.
- Recibir del mesero las solicitudes de pedidos generadas por cada uno de los clientes para su preparación y salida a la mesa.
- Colaborar en conjunto con los demás compañeros en mantener limpio y ordenado los espacios de trabajo.

5.2.3 Auxiliar de Cocina Fría (Inicialmente 1 persona)

El auxiliar de cocina fría apoya al jefe línea caliente con la preparación del producto, también debe contar con su carnet de manipulación de alimentos.

Su función principal es la de preparar los alimentos y bebidas bajo los diferentes estándares de higiene, al igual que mantener el orden en la cocina y los utensilios.

Principalmente desarrollando las siguientes funciones:

- Limpiar, pelar, cortar y porcionar cada uno de los diferentes productos e insumos que se utilizan diariamente facilitando el armado de cada arepa solicitada por el cliente a través del mesero o encargado de mesas.
- Mezclar cada uno de los ingredientes necesarios para armar cada una de los tipos de arepas vendidas en el punto de venta.

- Desmechar cada tipo de carne necesario para cumplir con la venta de las arepas vendidas ofrecidas en el punto de venta
- Revisar diariamente el stock de los insumos y alimentos refrigerados y congelados llevando un inventario diario de estos.
- Preparar cada uno de los diferentes jugos solicitados por los clientes.
- Lavar los utensilios de cocina, cumpliendo con los requisitos de limpieza y desinfección.
- Colaborar en la conservación de las materias primas y los productos de uso en la cocina
- Mantener limpia el área de la cocina, los equipos y las instalaciones.

5.2.4 Mesero (Inicialmente 1 persona)

El mesero se encarga de ser anfitrión, ya que generalmente procesa pedidos y los lleva a la mesa, administra las quejas y recomendaciones o felicitaciones realizadas por los clientes.

Dentro de sus funciones se encuentran:

- Recibir al cliente dándole una cálida bienvenida dirigiéndolo para acomodarse en las diferentes mesas que ofrece el punto de venta.
- Presentar el menú al cliente para esto debe conocer cada uno de los ingredientes y las preparaciones, sugerir producto de la casa e informar las bebidas frías o calientes disponibles.

- Ser el canal de comunicación entre el cliente y la cocina y Viceversa ya es quien toma el pedido y los entrega al jefe de cocina caliente.
- Debe cerciorarse que los productos que salen a la mesa hayan sido preparados de forma correcta presenten una buena presentación.
- Acercar los productos a las mesas al igual que las bebidas velando porque el cliente disfrute su compra o alimento.
- Retirar cada uno de los platos, vasos, cubiertos y desechos de cada una de las mesas, llevándolos al área de cocina fría y finalizar este proceso limpiando y reordenando la mesa una vez se hayan levantado y retirado los clientes.
- Ofrecer una comunicación agradable, amable y continua con los clientes para estar atento a cualquier solicitud por parte del cliente.
- Informar sobre las quejas o sugerencias que el cliente presente buscando mejorar el servicio ofrecido.
- Organizar y limpiar cada una de las áreas del comedor.
- Contar con el carnet de manipulación y seguridad de alimentos exija por los entes de control sanitario.

5.2.5 Domiciliario (Inicialmente 1 persona)

Su principal función es distribuir el producto solicitado por el cliente, procurando hacerlo en los tiempos establecidos y en óptimas condiciones pertinentes según la zona.

Dentro de sus funciones se encuentran:

- Verificar que la dirección del domicilio este correcta y que el pedido este completo de ser necesario se comunica con el cliente antes de salir a entregar el pedido.
- Tomar el pedido según el orden que le corresponde sin alterarlos o según disposiciones del administrador el punto de venta.
- Apoyar en la toma de los pedidos de domicilios ya sea vía telefónica, por wp, internet o presencial.
- Cumplir con el horario establecido.
- Mantener una base de dinero diariamente para recibir el pago de cada domicilio y poder entregar las vueltas en dinero el cual debe entregarlo al finalizar la jornada.
- Garantiza la entrega de los productos en las condiciones óptimas para el consumo.
- Debe presentarse diariamente con el uniforme completo, cumpliendo con una excelente higiene personal.
- Debe mantener el orden en su equipo y sitio de trabajo, igualmente debe cumplir con las normas y procedimientos en materia de salud y seguridad laboral dentro y fuera del punto de venta.

5.3 Proceso de vinculación

Para el desarrollo del proceso de contratación se realizó inicialmente una convocatoria por voz a voz (recomendación personal o familiar) de la cual no surgió ninguna hoja de vida luego se determinó realizar una publicación en redes sociales a lo cual llegaron cinco (5) hojas de vida a quienes se les hizo una entrevista personal dentro del local y se decidió contratar dos personas, la primera para jefe de cocina de línea caliente y una segunda como auxiliar de cocina de línea fría, quienes actualmente laboran en el punto de venta, así:

Tabla 8. - Personal de apoyo con el que se contará para trabajar en Típicos SantArepa

<i>No.</i>	<i>Cargo</i>	<i>Horas Trabajadas</i>	<i>Tipo de Contrato</i>	<i>Forma de pago</i>
1	Jefe de Cocina Línea Caliente	8 Horas	Contrato de Obra labor	Día laborado
2	Auxiliar de cocina línea fría	4 horas	Contrato de Obra labor	Medio día laborado
3	Mesero	Por contratar	Contrato de Obra labor	Medio día laborado
4	Domiciliario	Por contratar	Contrato de Obra labor	% Hora laborada + % Pedidos entregados

6 Gestión Legal

6.1 Tipo de empresa

De acuerdo a la normatividad colombiana Typicos Santa Arepa se encuentra matriculada como persona natural ante la Cámara de Comercio de Bogotá – CCB, desde el día 8 de septiembre de 2021 y se encuentra matriculada bajo el número de 03425734 con establecimiento en el municipio de Soacha, barrio San mateo, en la calle 30 No. 7C – 27 Este.

De conformidad con lo previsto en el artículo 2211321 del decreto 1074 de 2015 y la resolución 2225 del 2019 del DANE el tamaño de la empresa es Microempresa con actividad principal CIU: 5619.



Cámara de Comercio de Bogotá
Sede Soacha

CERTIFICADO DE MATRÍCULA DE PERSONA NATURAL

Fecha Expedición: 29 de junio de 2022 Hora: 13:26:29
Recibo No. 8522025646
Valor: \$ 3,200

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN 5220256464EPB8

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccb.org.co/certificadoselectronicos y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

siempre que no sean objeto de recursos. Para estos efectos, se informa que para la Cámara de Comercio de Bogotá, los sábados NO son días hábiles.

Una vez interpuestos los recursos, los actos administrativos recurridos quedan en efecto suspensivo, hasta tanto los mismos sean resueltos, conforme lo prevé el artículo 79 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

A la fecha y hora de expedición de este certificado, NO se encuentra en curso ningún recurso.

ESTABLECIMIENTO(S) DE COMERCIO

A nombre de la persona natural figura(n) matriculado(s) en esta Cámara de Comercio de Bogotá el(los) siguiente(s) establecimiento(s) de comercio:

Nombre:	TYPICOS SANTAREPA
Matrícula No.:	03425734
Fecha de matrícula:	8 de septiembre de 2021
Último año renovado:	2022
Categoría:	Establecimiento
Dirección:	Calle 30 # 7 C -27 Este
Municipio:	Soacha (Cundinamarca)

SI DESEA OBTENER INFORMACIÓN DETALLADA DE LOS ANTERIORES ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO O DE AQUELLOS MATRICULADOS EN UNA JURISDICCIÓN DIFERENTE A LA DEL PROPIETARIO, DEBERÁ SOLICITAR EL CERTIFICADO DE MATRÍCULA MERCANTIL DEL RESPECTIVO ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO.

LA INFORMACIÓN CORRESPONDIENTE A LOS ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO QUE TIENE MATRICULADOS EL COMERCIANTE EN OTRAS CÁMARAS DE COMERCIO DEL PAÍS, PODRÁ CONSULTARLA EN WWW.RUES.ORG.CO.

TAMAÑO EMPRESA

De conformidad con lo previsto en el artículo 2.2.1.13.2.1 del



Cámara de Comercio de Bogotá
Sede Soacha

CERTIFICADO DE MATRÍCULA DE PERSONA NATURAL

Fecha Expedición: 29 de junio de 2022 Hora: 13:26:29
Recibo No. 8522025646
Valor: \$ 3,200

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN 5220256464EFB8

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccb.org.co/certificadoselectronicos y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

Decreto 1074 de 2015 y la Resolución 2225 de 2019 del DANE el tamaño de la empresa es Microempresa

Lo anterior de acuerdo a la información reportada por el matriculado o inscrito en el formulario RUES:

Ingresos por actividad ordinaria \$ 1.800.000

Actividad económica por la que percibió mayores ingresos en el período - CIIU : 5619

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

La información anterior ha sido tomada directamente del formulario de matrícula diligenciado por el comerciante. \n \n Señor empresario, si su empresa tiene activos inferiores a 30.000 SMLMV y una planta de personal de menos de 200 trabajadores, usted tiene derecho a recibir un descuento en el pago de los parafiscales de 75% en el primer año de constitución de su empresa, de 50% en el segundo año y de 25% en el tercer año. Ley 590 de 2000 y Decreto 525 de 2009.

Que, los datos del empresario y/o el establecimiento de comercio han sido puestos a disposición de la Policía Nacional a través de la consulta a la base de datos del RUES.

El presente certificado no constituye permiso de funcionamiento en ningún caso.

Este certificado refleja la situación jurídica registral de la persona natural, a la fecha y hora de su expedición.

Este certificado fue generado electrónicamente con firma digital y cuenta con plena validez jurídica conforme a la Ley 527 de 1999.



Cámara de Comercio de Bogotá
Sede Soacha

CERTIFICADO DE MATRÍCULA DE PERSONA NATURAL

Fecha Expedición: 29 de junio de 2022 Hora: 13:26:29
Recibo No. 8522025646
Valor: \$ 3,200

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN 522025646EFB8

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccb.org.co/certificadoselectronicos y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

Firma mecánica de conformidad con el Decreto 2150 de 1995 y la autorización impartida por la Superintendencia de Industria y Comercio, mediante el oficio del 18 de noviembre de 1996.

Ilustración 67. - Certificado de matrícula ante Cámara de Comercio de Bogotá Typicos SantArepa (3/3)

6.2 Normas que regulan el desarrollo de la actividad

En Typicos SantArepa cumplimos con la normatividad exigida, para ello nos regimos bajo las normas, máximos protocolos, estándares de bioseguridad y la implementación de buenas prácticas de manufacturas como lo permite el Decreto 3075 de 1997, la Ley 9 de 1979 y la Resolución 765 de 2010.

7 Gestión Financiera

7.1 Inversiones

 		
INVERSIÓN INICIAL		
ACTIVIDADES	Totales	\$ 5.020.650
LOCAL - ARREGLOS Y EQUIPOS		\$ 699.450
Instalación de gas natural	\$ 286.000	
Comprar Pintura Poxica "Para Cocina"	\$ 41.450	
Comprar Mesa de Trabajo 120 x 40 cm	\$ 105.000	
Trasteo	\$ 80.000	
PRODUCTO		\$ 1.664.000
Pedir Aepas "El Dorado"	\$ 150.000	
* Plato negro redondo (12 Und)	\$ 72.000	
* Bandeja negra (3 Und)	\$ 42.000	
Compra materia prima (Insumos y Producto)	\$ 1.400.000	
LEGAL COMERCIAL		\$ 228.200
Pagar Renovación de Matricula Mercantil cada año 1er trimestre	\$ 225.000	
Solicitar Certificado CCB	\$ 3.200	
MARKETING Y DECORACIÓN		\$ 969.000
Comprar Aviso frontal en 360°	\$ 400.000	
Carta - Menú	\$ 30.000	
Impresión de menus	\$ 30.000	
Comprar Millar Tarjetas presentación Imantada	\$ 190.000	
Comprar Tarjetas de Promoción	\$ 70.000	
Comprar decoración del local (Colores y decoración)	\$ 249.000	
ADMINISTRACIÓN		\$ 1.400.000
Pago primer mes de arriendo local	\$ 1.400.000	

Ilustración 68. - Inversión inicial Typicos SantArepa

7.2 Depreciación

Activo	Costo	Vida Util	Valor residual	Depreciacion Anual	Depreciacion Mensual
Estufa	\$ 600,000.00	5	\$ 50,000.00	\$ 110,000.00	\$ 9,166.67
Nevera	\$ 1,380,000.00	5	\$ 200,000.00	\$ 236,000.00	\$ 19,666.67
Licudora	\$ 130,000.00	5	\$ -	\$ 26,000.00	\$ 2,166.67
Horno Microhondas	\$ 200,000.00	5		\$ 40,000.00	\$ 3,333.33
Horno	\$ 350,000.00	5		\$ 70,000.00	\$ 5,833.33
Sillas	\$ 1,500,000.00	3	\$ 400,000.00	\$ 366,666.67	\$ 30,555.56
Mesas	\$ 1,000,000.00	3	\$ 200,000.00	\$ 266,666.67	\$ 22,222.22
				Depreciacion Mensual	\$ 92,944.44

Ilustración 69. - Depreciación de equipos e implementos de SantArepa

Se tienen en cuenta los equipos adquiridos en la inversión inicial para aplicar la depreciación, no se calculan como inversión inicial, pero se tendrán en cuenta como retorno de inversión inicial a partir del año siguiente 2023.

7.3 Costo total

Producto	Costo Variables Unit	%	Costos Fijos
LA CACHAPA	\$ 1,483	1.63%	\$ 2,156
LA CACHACA	\$ 1,466	1.61%	\$ 2,132
LA PAISA	\$ 1,169	1.28%	\$ 1,700
AREPA MONOPOLIO	\$ 2,381	2.61%	\$ 3,462
LA INOLVIDABLE	\$ 2,968	3.26%	\$ 4,316
AREPA TWISTER 1 CARNE	\$ 7,712	8.47%	\$ 11,214
AREPA TWISTER 2 CARNE	\$ 7,804	8.57%	\$ 11,347
AREPA TWISTER 1 POLLO	\$ 5,831	6.40%	\$ 8,478
AREPA TWISTER 2 POLLO	\$ 5,923	6.50%	\$ 8,612
AREPA PARCHIIS	\$ 5,356	5.88%	\$ 7,789
AREPA RUMMI Q	\$ 6,003	6.59%	\$ 8,728
AREPABURGUER JENGA RES	\$ 3,750	4.12%	\$ 5,452
AREPA GOLOSA	\$ 7,219	7.93%	\$ 10,497
LAS LEGO - ARMABLES	\$ 7,255	7.97%	\$ 10,550
JNA NARANJA	\$ 3,138	3.45%	\$ 4,563
JNA FRUTOS ROJOS	\$ 1,440	1.58%	\$ 2,094
JNA MARACUYA	\$ 1,189	1.31%	\$ 1,729
JNA LULO	\$ 1,381	1.52%	\$ 2,008
JNA GUANABANA	\$ 1,735	1.91%	\$ 2,523
JNA FRESA	\$ 1,125	1.24%	\$ 1,636
JNA MORA	\$ 1,445	1.59%	\$ 2,101
JNA PIÑA	\$ 1,565	1.72%	\$ 2,276
JNL FRUTOS ROJOS	\$ 1,895	2.08%	\$ 2,755
JNL MARACUYA	\$ 1,643	1.80%	\$ 2,390
JNL MORA	\$ 1,899	2.09%	\$ 2,762
JNL FRESA	\$ 1,579	1.73%	\$ 2,297
JNL GUANABANA	\$ 2,189	2.40%	\$ 3,184
LIMONADA NATURAL	\$ 852	0.94%	\$ 1,239
MILO FRIO	\$ 1,678	1.84%	\$ 2,440
TOTAL COSTO	\$ 91,075	100%	\$ 132,431

Ilustración 70. - Costo Total de productos de Tipicos SantArepa

Para calcular los costos iniciales se tuvo en cuenta los productos de alta rotación y con los cuales se considera iniciar la operación, se calculan las cantidades mínimas de operación para mantener el mínimo de funcionamiento.

7.4 Presupuesto de ventas

PRODUCTOS	2022	2023	2024
LA CACHAPA	\$ 472,320	\$ 3,830,018	\$ 5,053,789.76
LA CACHACA	\$ 413,280	\$ 3,351,266	\$ 4,422,066.04
LA PAISA	\$ 736,960	\$ 6,714,875	\$ 8,890,420.28
AREPA MONOPOLIO	\$ 1,026,480	\$ 9,352,861	\$ 12,383,085.39
AREPA TWISTER 1 CARNE	\$ 3,263,680	\$ 29,737,303	\$ 39,371,861.24
AREPA TWISTER 2 CARNE	\$ 3,263,680	\$ 29,737,303	\$ 39,371,861.24
AREPA TWISTER 1 POLLO	\$ 1,830,240	\$ 14,841,319	\$ 19,583,435.32
AREPA TWISTER 2 POLLO	\$ 1,830,240	\$ 14,841,319	\$ 19,583,435.32
AREPA PARCHIIS	\$ 2,342,480	\$ 21,343,709	\$ 28,258,835.89
AREPA RUMMI Q	\$ 2,500,400	\$ 22,782,611	\$ 30,163,925.95
AREPABURGUER JENGA RES	\$ 1,180,800	\$ 9,575,045	\$ 12,634,474.40
AREPA GOLOSA	\$ 3,943,680	\$ 34,533,642	\$ 45,642,810.24
LAS LEGO - ARMABLES	\$ 7,865,440	\$ 68,800,356	\$ 90,977,693.74
JNA NARANJA	\$ 2,936,160	\$ 25,892,297	\$ 34,232,107.68
JNA FRUTOS ROJOS	\$ 240,480	\$ 2,166,288	\$ 2,872,513.44
JNA MARACUYA	\$ 240,480	\$ 2,166,288	\$ 2,872,513.44
JNA LULO	\$ 240,480	\$ 2,166,288	\$ 2,872,513.44
JNA GUANABANA	\$ 531,360	\$ 4,308,770	\$ 5,685,513.48
JNA FRESA	\$ 240,480	\$ 2,166,288	\$ 2,872,513.44
JNA MORA	\$ 240,480	\$ 2,166,288	\$ 2,872,513.44
JNA PIÑA	\$ 531,360	\$ 4,308,770	\$ 5,685,513.48
JNL FRUTOS ROJOS	\$ 619,920	\$ 5,026,899	\$ 6,633,099.06
JNL MARACUYA	\$ 280,560	\$ 2,527,336	\$ 3,351,265.68
JNL MORA	\$ 619,920	\$ 5,026,899	\$ 6,633,099.06
JNL FRESA	\$ 280,560	\$ 2,527,336	\$ 3,351,265.68
JNL GUANABANA	\$ 619,920	\$ 5,026,899	\$ 6,633,099.06
LIMONADA NATURAL	\$ 193,720	\$ 1,745,065	\$ 2,313,969.16
MILO FRIO	\$ 487,080	\$ 3,949,706	\$ 5,211,720.69
CERVEZA EN LATA POKER	\$ 240,480	\$ 2,166,288	\$ 2,872,513.44
CERVEZA EN LATA CLUB COLOMBIA	\$ 260,520	\$ 2,346,812	\$ 3,111,889.56
CERVEZA EN LATA CORONA	\$ 260,520	\$ 2,346,812	\$ 3,111,889.56
GASEOSA POSTOBON 1.5 Lt	\$ 247,160	\$ 2,226,462	\$ 2,952,305.48
GASEOSA COCA - COLA 1.5 Lt	\$ 354,040	\$ 3,189,257	\$ 4,228,978.12
TOTAL VENTAS COP	\$ 40,335,360	\$ 352,888,673	\$ 466,708,491

Ilustración 71. - Presupuesto de ventas Typicos SantArepa

Se realiza presupuesto de ventas a partir del mes de noviembre de 2022, para este mes se calcula un crecimiento del 23% a partir del mes de octubre y para el mes de diciembre del 28%; Para los tres primeros meses se mantienen las cantidades mínimas para mantener el funcionamiento óptimo del establecimiento.

7.5 Estado de resultados

Estado de Resultados		
Estado de resultados		
Ingrese los datos de negocio de su empresa		
ESTADO DE RESULTADOS		
Nombre de la Empresa: Tipicos SantaArepa		
Ejercicio:	Diciembre 2022	
INGRESOS:		
Ventas brutas	\$74,623,760.0	
Menos: Devoluciones y provisiones	\$0.0	
Ventas netas		\$74,623,760.0
COSTO DE VENTAS:		
Inventario inicial	\$0.0	
Más: Compras	\$49,617,911.7	
Costo de los fletes entrantes	\$0.0	
Mano de obra directa	\$10,500,000.0	
Gastos indirectos	\$0.0	
Menos: Inventario final	\$0.0	
Costo de las ventas		\$60,117,911.7
Ganancia (pérdida) bruta		\$14,505,848.3
GASTOS:		
Publicidad	\$0.0	
Amortización	\$0.0	
Comisiones	\$0.0	
Mano de obra contratada	\$0.0	
Gastos de tarjetas de crédito	\$0.0	
Gastos de entrega	\$0.0	
Depreciación	\$1,115,333.3	
Seguros	\$0.0	
Mantenimiento	\$0.0	
Varios	\$0.0	
Gastos administrativos	\$0.0	
Gastos operativos	\$0.0	
Alquileres	\$7,000,000.0	
Reparaciones	\$0.0	
Teléfono	\$0.0	
Servicios públicos	\$1,900,000.0	
Sueldos y salarios	\$0.0	
Total de gastos		\$10,015,333.3
Ingresos operativos netos		\$4,490,515.0
OTROS INGRESOS:		
Beneficio (pérdida) por venta de activos	\$0.0	
Ingresos por intereses	\$0.0	
Total de otros ingresos		\$0.0
GANANCIA (O PÉRDIDA) NETA		↑ \$ 4,490,515.0

Ilustración 72. - Estado de resultados Tipicos SantaArepa

7.6 Flujo de efectivo o flujo de caja

FLUJO DE CAJA PRIMER AÑO DE LA EMPRESA PROYECTADO														
I.- POLITICA DE COBRANZAS														
CONTADO	100%													
COBRANZA A 30 DIAS	0%													
COBRANZA A 60 DIAS	0%													
TOTAL	100%													
II.- POLITICA DE PAGOS-COMPRAS														
ALQUILER DEL SITIO	SAN MATEO													
CONTADO	100% \$ 1.400.000													
PAGO A 30 DIAS	0% \$ 0													
PAGO A 60 DIAS	0% \$ 0													
TOTAL	100% \$ 1.400.000													
III.- PLAN DE COBRANZAS														
	2022												2021	
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO
VENTAS	\$ 7.056.900	\$ 3.749.000	\$ 4.112.800	\$ 5.436.300	\$ 6.512.160			\$ 11.553.700	\$ 11.181.000	\$ 11.553.700	\$ 18.671.200	\$ 21.664.160	\$ 26.806.488,51	\$ 26.806.489
CANTIDAD	1.299	753	783	1.028	1.230			1.860,00	1.800,00	1.860,00	2.908,00	3.348,80	3759	3759
CONTADO	\$ 7.056.900	\$ 3.749.000	\$ 4.112.800	\$ 5.436.300	\$ 6.512.160			\$ 11.553.700	\$ 11.181.000	\$ 11.553.700	\$ 18.671.200	\$ 21.664.160	\$ 26.806.489	\$ 26.806.489
TOTAL COBRANZAS	\$ 7.056.900	\$ 3.749.000	\$ 4.112.800	\$ 5.436.300	\$ 6.512.160	\$ 0	\$ 0	\$ 11.553.700	\$ 11.181.000	\$ 11.553.700	\$ 18.671.200	\$ 21.664.160	\$ 26.806.489	\$ 26.806.489
IV.- PLAN DE PAGOS-COMPRAS														
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO
COMPRAS	\$ 3.268.411	\$ 1.341.440	\$ 2.053.600	\$ 2.557.800	\$ 3.084.600	\$ -	\$ -	\$ 7.783.609	\$ 7.532.525	\$ 7.783.609	\$ 12.229.068	\$ 14.289.101	\$ 17.681.020	\$ 17.681.020
PAGO CONTADO	\$ 3.268.411	\$ 1.341.440	\$ 2.053.600	\$ 2.557.800	\$ 3.084.600	\$ -	\$ -	\$ 7.783.609	\$ 7.532.525	\$ 7.783.609	\$ 12.229.068	\$ 14.289.101	\$ 17.681.020	\$ 17.681.020
TOTAL EFEC. PAGO	\$ 3.268.411	\$ 1.341.440	\$ 2.053.600	\$ 2.557.800	\$ 3.084.600	\$ -	\$ -	\$ 7.783.609	\$ 7.532.525	\$ 7.783.609	\$ 12.229.068	\$ 14.289.101	\$ 17.681.020	\$ 17.681.020
V.- FLUJO DE CAJA														
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	ENERO
1-INGRESOS														
INVERSION INICIAL	\$ 17.429.029													
VENTAS-COBRANZAS		\$ 3.788.489	\$ 2.407.560	\$ 2.059.200	\$ 2.878.500	\$ 3.427.560			\$ 3.770.091	\$ 3.648.475	\$ 3.770.091	\$ 6.442.132	\$ 7.375.059	\$ 9.125.469
OTROS INGRESOS														
TOTAL INGRESOS	-\$ 17.429.029	\$ 3.788.489	\$ 2.407.560	\$ 2.059.200	\$ 2.878.500	\$ 3.427.560	\$ 0	\$ 0	\$ 3.770.091	\$ 3.648.475	\$ 3.770.091	\$ 6.442.132	\$ 7.375.059	\$ 9.125.469
2. EGRESOS														
PAGO DE COMPRAS	\$ -	\$ 3.268.411,00	\$ 1.341.440,00	\$ 2.053.600,00	\$ 2.557.800,00	\$ 3.084.600,00	\$ -	\$ -	\$ 7.783.608,98	\$ 7.532.524,82	\$ 7.783.608,98	\$ 12.229.068,24	\$ 14.289.100,69	\$ 17.681.019,70
SUELDO Y SALARIOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.100.000,00	\$ 2.100.000,00	\$ 2.100.000,00	\$ 2.100.000,00	\$ 2.100.000,00	\$ 2.314.410,00
ARRENDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.400.000,00	\$ 1.400.000,00	\$ 1.400.000,00	\$ 1.400.000,00	\$ 1.400.000,00	\$ 1.542.940,00
SERVICIOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 380.000,00	\$ 380.000,00	\$ 380.000,00	\$ 380.000,00	\$ 380.000,00	\$ 418.798,00
IMPUESTOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PAGO DE UDA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EQUIPOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS	\$ 0	\$ 3.268.411	\$ 1.341.440	\$ 2.053.600	\$ 2.557.800	\$ 3.084.600	\$ 0	\$ 0	\$ 11.663.609	\$ 11.412.525	\$ 11.663.609	\$ 16.109.068	\$ 18.169.101	\$ 21.967.168
SALDO DE CAJA	-\$ 17.429.029	\$ 520.078	\$ 1.066.120	\$ 5.600	\$ 320.700	\$ 342.960	\$ 0	\$ 0	-\$ 109.909	-\$ 231.525	-\$ 109.909	\$ 2.562.132	\$ 3.495.059	\$ 4.849.321
CAJA INICIAL	\$ 0	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 0	\$ 0	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
CAJA FINAL	-\$ 17.429.029	\$ 820.078	\$ 1.366.120	\$ 305.600	\$ 620.700	\$ 642.960	\$ -	\$ -	\$ 190.091	\$ 68.475	\$ 79.909	\$ 2.862.132	\$ 3.795.059	\$ 5.149.321



Ilustración 73. - Flujo de caja Typicos SantArepa

7.7 Indicadores de Viabilidad

7.7.1 Punto de equilibrio.

Producto	Costo Variables Unit	%	Costos Fijos	Precio Venta	Unid Min de venta diaria	Total Ventas Diarias Minim	Total Costos Variables
LA CACHAPA	\$ 1,483	1.63%	\$ 2,156	\$ 3,200	1	\$ 3,200.00	\$ 1,483
LA CACHACA	\$ 1,466	1.61%	\$ 2,132	\$ 2,800	2	\$ 5,600.00	\$ 2,932
LA PAISA	\$ 1,169	1.28%	\$ 1,700	\$ 2,800	1	\$ 2,800.00	\$ 1,169
AREPA MONOPOLIO	\$ 2,381	2.61%	\$ 3,462	\$ 3,900	2	\$ 7,800.00	\$ 4,762
LA INVOLVIDABLE	\$ 2,968	3.26%	\$ 4,316	\$ 4,800	2	\$ 9,600.00	\$ 5,937
AREPA TWISTER 1 CARNE	\$ 7,712	8.47%	\$ 11,214	\$ 12,400	2	\$ 24,800.00	\$ 15,423
AREPA TWISTER 2 CARNE	\$ 7,804	8.57%	\$ 11,347	\$ 12,400	2	\$ 24,800.00	\$ 15,607
AREPA TWISTER 1 POLLO	\$ 5,831	6.40%	\$ 8,478	\$ 12,400	1	\$ 12,400.00	\$ 5,831
AREPA TWISTER 2 POLLO	\$ 5,923	6.50%	\$ 8,612	\$ 12,400	1	\$ 12,400.00	\$ 5,923
AREPA PARCHIIS	\$ 5,356	5.88%	\$ 7,789	\$ 8,900	2	\$ 17,800.00	\$ 10,713
AREPA RUMMI Q	\$ 6,003	6.59%	\$ 8,728	\$ 9,500	2	\$ 19,000.00	\$ 12,005
AREPABURGUER JENGA RES	\$ 3,750	4.12%	\$ 5,452	\$ 8,000	1	\$ 8,000.00	\$ 3,750
AREPA GOLOSA	\$ 7,219	7.93%	\$ 10,497	\$ 9,600	4	\$ 38,400.00	\$ 28,876
LAS LEGO - ARMABLES	\$ 7,255	7.97%	\$ 10,550	\$ 8,200	11	\$ 90,200.00	\$ 79,808
JNA NARANJA	\$ 3,138	3.45%	\$ 4,563	\$ 3,600	10	\$ 36,000.00	\$ 31,380
JNA FRUTOS ROJOS	\$ 1,440	1.58%	\$ 2,094	\$ 3,600	1	\$ 3,600.00	\$ 1,440
JNA MARACUYA	\$ 1,189	1.31%	\$ 1,729	\$ 3,600	1	\$ 3,600.00	\$ 1,189
JNA LULO	\$ 1,381	1.52%	\$ 2,008	\$ 3,600	1	\$ 3,600.00	\$ 1,381
JNA GUANABANA	\$ 1,735	1.91%	\$ 2,523	\$ 3,600	1	\$ 3,600.00	\$ 1,735
JNA FRESA	\$ 1,125	1.24%	\$ 1,636	\$ 3,600	1	\$ 3,600.00	\$ 1,125
JNA MORA	\$ 1,445	1.59%	\$ 2,101	\$ 3,600	1	\$ 3,600.00	\$ 1,445
JNA PIÑA	\$ 1,565	1.72%	\$ 2,276	\$ 3,600	1	\$ 3,600.00	\$ 1,565
JNL FRUTOS ROJOS	\$ 1,895	2.08%	\$ 2,755	\$ 4,200	1	\$ 4,200.00	\$ 1,895
JNL MARACUYA	\$ 1,643	1.80%	\$ 2,390	\$ 4,200	1	\$ 4,200.00	\$ 1,643
JNL MORA	\$ 1,899	2.09%	\$ 2,762	\$ 4,200	1	\$ 4,200.00	\$ 1,899
JNL FRESA	\$ 1,579	1.73%	\$ 2,297	\$ 4,200	1	\$ 4,200.00	\$ 1,579
JNL GUANABANA	\$ 2,189	2.40%	\$ 3,184	\$ 4,200	2	\$ 8,400.00	\$ 4,379
LIMONADA NATURAL	\$ 852	0.94%	\$ 1,239	\$ 2,900	1	\$ 2,900.00	\$ 852
MILO FRIO	\$ 1,678	1.84%	\$ 2,440	\$ 3,300	2	\$ 6,600.00	\$ 3,356
TOTAL COSTO	\$ 91,075	100%	\$ 132,431	\$ 356,300	60	\$ 372,700.00	\$ 251,084.16

Ilustración 74. - Indicador de viabilidad - Punto de Equilibrio Typicos SantArepa

Se calcula el punto de equilibrio teniendo en cuenta los costos variables de los productos seleccionados y los costos fijos necesarios para el inicio de operación. Las ventas mínimas diarias son de COP\$ 356.300 pesos para un total de 60 unidades.

7.7.2 Utilidad Líquida.

Concepto	Proyeccion
Ventas	\$ 74,623,760
Costos	\$ 49,617,912
Utilidad Bruta	\$ 25,005,848
Gastos de Ventas	\$10,500,000
Gastos de Administración	\$8,900,000
Utilidad	\$5,605,848
Impuestos	0
Utilidad Neta	\$5,605,848

Ilustración 75. - Indicador de viabilidad – Utilidad Bruta Typicos SantArepa

7.7.3 Rentabilidad.

Producto	Costo Variables Unit	%	Costos Fijos	Precio Venta	Total Ventas		CM
					Diarias Minimas	Total Costos Variables	
LA CACHAPA	\$ 1,483	1.63%	\$ 2,156	\$ 3,200	\$ 3,200.00	\$ 1,483	46%
LA CACHACA	\$ 1,466	1.61%	\$ 2,132	\$ 2,800	\$ 5,600.00	\$ 2,932	52%
LA PAISA	\$ 1,169	1.28%	\$ 1,700	\$ 2,800	\$ 2,800.00	\$ 1,169	42%
AREPA MONOPOLIO	\$ 2,381	2.61%	\$ 3,462	\$ 3,900	\$ 7,800.00	\$ 4,762	61%
LA INOLVIDABLE	\$ 2,968	3.26%	\$ 4,316	\$ 4,800	\$ 9,600.00	\$ 5,937	62%
AREPA TWISTER 1 CARNE	\$ 7,712	8.47%	\$ 11,214	\$ 12,400	\$ 24,800.00	\$ 15,423	62%
AREPA TWISTER 2 CARNE	\$ 7,804	8.57%	\$ 11,347	\$ 12,400	\$ 24,800.00	\$ 15,607	63%
AREPA TWISTER 1 POLLO	\$ 5,831	6.40%	\$ 8,478	\$ 12,400	\$ 12,400.00	\$ 5,831	47%
AREPA TWISTER 2 POLLO	\$ 5,923	6.50%	\$ 8,612	\$ 12,400	\$ 12,400.00	\$ 5,923	48%
AREPA PARCHIIS	\$ 5,356	5.88%	\$ 7,789	\$ 8,900	\$ 17,800.00	\$ 10,713	60%
AREPA RUMMI Q	\$ 6,003	6.59%	\$ 8,728	\$ 9,500	\$ 19,000.00	\$ 12,005	63%
AREPABURGUER JENGA RES	\$ 3,750	4.12%	\$ 5,452	\$ 8,000	\$ 8,000.00	\$ 3,750	47%
AREPA GOLOSA	\$ 7,219	7.93%	\$ 10,497	\$ 9,600	\$ 38,400.00	\$ 28,876	75%
LAS LEGO - ARMABLES	\$ 7,255	7.97%	\$ 10,550	\$ 8,200	\$ 90,200.00	\$ 79,808	88%
JNA NARANJA	\$ 3,138	3.45%	\$ 4,563	\$ 3,600	\$ 36,000.00	\$ 31,380	87%
JNA FRUTOS ROJOS	\$ 1,440	1.58%	\$ 2,094	\$ 3,600	\$ 3,600.00	\$ 1,440	40%
JNA MARACUYA	\$ 1,189	1.31%	\$ 1,729	\$ 3,600	\$ 3,600.00	\$ 1,189	33%
JNA LULO	\$ 1,381	1.52%	\$ 2,008	\$ 3,600	\$ 3,600.00	\$ 1,381	38%
JNA GUANABANA	\$ 1,735	1.91%	\$ 2,523	\$ 3,600	\$ 3,600.00	\$ 1,735	48%
JNA FRESA	\$ 1,125	1.24%	\$ 1,636	\$ 3,600	\$ 3,600.00	\$ 1,125	31%
JNA MORA	\$ 1,445	1.59%	\$ 2,101	\$ 3,600	\$ 3,600.00	\$ 1,445	40%
JNA PIÑA	\$ 1,565	1.72%	\$ 2,276	\$ 3,600	\$ 3,600.00	\$ 1,565	43%
JNL FRUTOS ROJOS	\$ 1,895	2.08%	\$ 2,755	\$ 4,800	\$ 4,800.00	\$ 1,895	39%
JNL MARACUYA	\$ 1,643	1.80%	\$ 2,390	\$ 4,800	\$ 4,800.00	\$ 1,643	34%
JNL MORA	\$ 1,899	2.09%	\$ 2,762	\$ 4,800	\$ 4,800.00	\$ 1,899	40%
JNL FRESA	\$ 1,579	1.73%	\$ 2,297	\$ 4,800	\$ 4,800.00	\$ 1,579	33%
JNL GUANABANA	\$ 2,189	2.40%	\$ 3,184	\$ 4,800	\$ 4,800.00	\$ 2,189	46%
LIMONADA NATURAL	\$ 852	0.94%	\$ 1,239	\$ 2,900	\$ 2,900.00	\$ 852	29%
MILO FRIO	\$ 1,678	1.84%	\$ 2,440	\$ 3,300	\$ 6,600.00	\$ 3,356	51%
TOTAL COSTO	\$ 91,075	100%	\$ 132,431	\$ 359,300	\$ 371,500.00	\$ 248,894.69	67%

Ilustración 76. - Indicador de viabilidad – Rentabilidad Typicos SantArepa

7.7.4 Tiempo de retorno de la inversión.

CONCEPTO	VALORES	FC
INVERSION INICIAL	\$ 17,429,029	ACOMULADO
FLUJO DE CAJA AGOSTO 2022	-\$ 109,909	-\$ 109,909
FLUJO DE CAJA SEPTIEMBRE 2022	-\$ 231,525	-\$ 341,434
FLUJO DE CAJA OCTUBRE 2022	-\$ 109,909	-\$ 451,343
FLUJO DE CAJA NOVIEMBRE 2022	\$ 2,562,132	\$ 2,110,789
FLUJO DE CAJA DICIEMBRE 2022	\$ 3,495,059	\$ 5,605,848
FLUJO DE CAJA ENERO 2023	\$ 4,849,321	\$ 10,455,169
FLUJO DE CAJA FEBRERO 2023	\$ 4,849,321	\$ 15,304,490
FLUJO DE CAJA MARZO 2023	\$ 4,849,321	\$ 20,153,811
PERIODO DE RECUPERACION DE INVERSION		7.44

Ilustración 77. - Indicador de viabilidad – Tiempo de retorno de la Inversión Typicos SantArepa

El tiempo de retorno de la inversión dispuesto es de 7 meses y 4 días.

7.8 Valor presente neto – VPN y Tasa Interna de Retorno - TIR

PUNTO DE EQUILIBRIO		
Tasa de oportunidad TIO	10,0%	Proyeccion hasta 2024
Valor presente de los ingresos VPI	\$ 21.490.068	
Valor presente Neto VPN	\$ 4.061.039	
Tasa interna de Retorno TIR	10%	Viable
R B/C (Relacion Costo Beneficio)	0,44	
RIO (Retorno sobre la inversion)	0,23	\$ 4.061.039

Ilustración 78. - Valor Presente Neto - VPN y Tasa Interna de retorno TIR– Tiempo de retorno de la Inversión en TSA

8 Análisis e Interpretación de Resultados.

Al finalizar los ejercicios financieros podemos concluir que el proyecto es rentable al obtener márgenes de rentabilidad positivos y una recuperación de inversión en un corto tiempo, esto es posible por que desde el mes 0 se busco el punto de equilibrio, se optimizaron los costos y se seleccionaron los productos de venta de más alta rotación para iniciar la operación. Los gastos de adecuación del establecimiento fueron estables y se aprovecharon los recursos disponibles; no se busco un gran endeudamiento para apalancar la operación lo que nos brinda un mayor margen neto.

Al realizar la proyección por dos años logramos alcanzar un crecimiento constante razonable teniendo como base la tasa de inflación proyectada para el año 2022. Entre el año 2023 y 2024 se proyecta un 24% de crecimiento.

9 Conclusiones

Luego de analizar el proceso realizado en este trabajo de grado es importante reconocer que la intervención activa de nosotros como estudiantes en temas de emprendimiento ofrece una alternativa importante de crear empresa en Colombia, soportado con las diferentes herramientas y acciones de direccionamiento que nos entregan los docentes en el transcurso de la carrera.

La necesidad de aportar a nuestra sociedad en temas de emprendimiento proporciona la posibilidad de generar puestos de trabajo que conllevan a aportar un grano de arena y a generar estabilidad económica a más familias colombianas y de otros países vecinos.

La administración financiera además de tener sus propios espacios laborales donde el estudiante se puede desarrollar profesionalmente, la universidad abre otras posibilidades de auto gestionar y mejorar su propia economía familiar por medio de la administración perfecta, financieramente y clara de su propio emprendimiento, con el respaldo de haber absorbido los diferentes conocimientos entregados por los tutores, fortaleciendo diferentes estrategias económicas que permitan vivir para su propio beneficio y el de sus familias.

Se cumple con la tasa interna de oportunidad de inversión siendo un negocio viable y factible.

Se logra realizar formulación escrita de proyecto.

10 Prospectiva

A partir de los resultados obtenidos podemos definir que a futuro se puede buscar la optimización de los costos encontrando los productos claves, que permitan el máximo aprovechamiento de la planta y los equipos instalados. El sector donde se decidió iniciar el emprendimiento se encuentra en mantenimiento de su vía principal de acceso los que nos permite estimar que una vez terminada la obra va a permitir un mayor crecimiento.

Al tener un tiempo de recuperación de la inversión corto, nos permitirá tener la opción de expansión en nuevos locales y adquisición de nuevos equipos que permitan la simplicidad en los procesos y la maximización de los márgenes de rentabilidad.

11 Referencias Bibliográficas

- Editorial La República S.A.S. (2021, 15 febrero). Principales gremios económicos proyectan que el PIB colombiano caerá 7% en 2020. Diario La República.
<https://www.larepublica.co/economia/principales-gremios-economicos-proyectan-que-el-pib-colombiano-caera-7-en-2020-3124587>
- Lozada Isaza, H., & Del, A. (s/f). SOACHA: PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL. Edu.co. Recuperado el 28 de agosto de 2022, de
https://www.sogeocol.edu.co/documentos/soacha_pot.pdf
- Plan nacional de desarrollo 2018 - 2022. (s. f.).
<https://www.minvivienda.gov.co/ministerio/planeacion-gestion-y-control/planeacion-y-seguimiento/plan-nacional-de-desarrollo-2018-2022>
- Plan de desarrollo municipal: Soacha 2020–2023. (2021, 28 julio). Observatorio gestión educativa. <https://www.obsgestioneducativa.com/download/plan-de-desarrollo-municipal-soacha-2020-2023/>
- Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, pacto por la equidad”. (s/f). Gov.co. Recuperado el 28 de agosto de 2022, de <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Paginas/Plan-Nacional-de-Desarrollo.aspx>.
- Administrativo, S. (n.d.). CAPITULO 8 SOACHA CONDICIONES SOCIO-ECONÓMICAS. Jica.Go.Jp. Retrieved August 29, 2022, from https://openjicareport.jica.go.jp/pdf/11878386_03.pdf

- P&m, R. (n.d.). Las comidas rápidas son las que más consumen los colombianos - Consumidor. A Lo Bien Parce. Retrieved August 29, 2022, from <https://revistapym.com.co/las-comidas-rapidas-las-mas-consumen-los-colombianos>
- Radio, C. (2016, July 28). 73% de los colombianos consume arepa en el desayuno. Caracol Radio. https://caracol.com.co/programa/2016/07/29/sanamente/1469744872_977096.html
- Trocel H, 2020. America-retail.com. Retrieved August 29, 2022, from <https://www.america-retail.com/estudios/estudios-la-comida-rapida-fue-la-reina-de-los-hogares-en-2020/>
-

12 Bibliografía

- Rodríguez, E. (2021, 8 febrero). ▷ Qué es y cómo hacer un Análisis DAFO para tu Restaurante. Gastromarketing. <https://eloyrodriguez.com/analisis-dafo/>